SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Dipartimento di
MANAGEMENT

Monitoraggio
del Piano Strategico Triennale
2023 – 2025

Sommario

Ricerca 2
Didattica 10
Terza missione 18
Internazionalizzazione 20
Formazione superiore 33
Accordi con imprese, enti e istituzioni 37
Comunicazione 39
Spazi e attrezzature 44
Organizzazione 46
Commento monitoraggio intermedio 52

PARTE A

Approvato dal Consiglio di Dipartimento il 6 / 8 / 2025

RICERCA

SET INDICATORI DIPARTIMENTALI (anno 2023 e 2024)

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: RICERCA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/10/2023**
OB.1 - Migliorare la produttività scientifica	N. di articoli su rivista scientifica accreditata (lista Anvur 13/b)	60	60	**75** (**129**)* *con coautoraggi
	N. di capitoli di libro	60	60	**70** (**125**)* * con coautoraggi
	N. di monografie	10	10	**3** (**4**)* * con coautoraggi
Note				
Produttività scientifica oltre i target su due dei tre indicatori. La riduzione nell'indicatore monografie ha natura temporanea. Ancora più efficace l'azione se si analizzano i dati includendo i co-autoraggi.				
OB.2 - Aumentare la qualità della ricerca	N. di articoli in Fascia A Anvur	23	23	**36** (**58**)* *con coautoraggi
	N. di articoli in riviste in lista "Q1- AIDEA	n.a.	25	30**
	N. di articoli in riviste in lista "Q2 - AIDEA	n.a.	20	14**
	N. di articoli in riviste indicizzate Scopus	51	51	74 (96)* *con coautoraggi
Note				
Il monitoraggio basato sui quartili del Journal Ranking AIDEA presenta limiti di efficacia, in quanto la classificazione ha natura periodica e non risulta sempre allineata alle tempistiche dei processi di valutazione interna. Per superare tali criticità, valutazioni più puntuali sono state condotte in occasione della selezione dei prodotti da conferire alla VQR, avvalendosi di strumenti software di supporto all'analisi della qualità delle pubblicazioni. Tali strumenti consentono di costruire un indicatore sintetico, denominato vantaggio medio, con un campo di variazione su scala 0–10. Con riferimento ai 34 prodotti complessivamente conferiti per l'anno 2023, il valore medio dell'indicatore di qualità risulta pari a 9/10, fornendo una misura ex ante del livello qualitativo delle pubblicazioni selezionate.				

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: RICERCA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/10/2023**
OB.3 - Rafforzare le collaborazioni inter, intra ed extra dipartimentali	N. di Progetti di Ateneo sottomessi	33	35 (almeno 1 grande)	32 (1 grande)
	N. di Progetti di Ateneo approvati	23	25	23
	Ammontare di fondi a disposizione della ricerca da progetti di Ateneo	151.590 €	150.000 €	137.162,00 €
	N. di Progetti di interesse nazionale e regionale sottomessi (es. PRIN, PNRR, borse dottorato...)	16 (di cui 5 borse di dottorato)	//	14
	N. di Progetti di interesse nazionale e regionale approvati (es. PRIN, PNRR, borse dottorato ...)	9 (di cui 4 borse di dottorato)	//	14 (4 PRIN, 3 PNRR, 2 nazionale o regionale) (di cui 5 borse di dottorato PNRR)
	N. di Progetti di interesse internazionale sottomessi (es. Horizon 2020, ...)	2	//	1
	N. di Progetti di interesse internazionale approvati (es. Horizon 2020, ...)	0	//	0
	Ammontare totale fondi di ricerca acquisiti da bandi competitivi nazionali + internazionali (esclusi quelli di Ateneo)	Totale 1.061.424 € (senza massa critica 699.715 €) di cui 374.990 € per dottorati	//	1.130.798,90 €, di cui 375.000 € per dottorati
	N° Progetti conto terzi attivati	8	8	6
	Ammontare totale fondi acquisiti da progetti conto terzi	214.400 €	//	103.500,00 €
Note				

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: RICERCA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/10/2023**
Il monitoraggio 2023 evidenzia un livello complessivamente soddisfacente di attuazione dell'obiettivo, con risultati che confermano la capacità del Dipartimento di operare in modo collaborativo su più livelli, in coerenza con la linea strategica "Ricerca" e con l'ambito di creazione di valore pubblico. Per quanto riguarda i progetti di Ateneo, il numero di proposte sottomesse (32, di cui 1 grande progetto) risulta lievemente inferiore al target previsto (35), mentre il numero di progetti approvati (23) risulta pienamente in linea con il valore atteso. Tale dato suggerisce una buona efficacia selettiva e progettuale, pur in presenza di un lieve rallentamento nella fase di sottomissione, verosimilmente riconducibile a dinamiche competitive e a vincoli temporali dei bandi. L'ammontare dei fondi di Ateneo acquisiti (137.162 €) risulta inferiore al target programmato, ma rimane coerente con il numero di progetti finanziati e non evidenzia criticità strutturali. Il dato appare quindi interpretabile come scostamento quantitativo contenuto, non tale da compromettere l'impatto complessivo delle azioni. Particolarmente positivo risulta il risultato sui progetti competitivi nazionali e regionali, con 14 progetti approvati a fronte di 14 sottomessi, includendo PRIN, PNRR e borse di dottorato PNRR. Tale esito segnala una elevata capacità di intercettazione di finanziamenti competitivi e una forte integrazione del Dipartimento nelle reti di ricerca nazionali, anche in relazione alla formazione avanzata. Più contenuta appare invece la partecipazione a progetti internazionali, con una sola proposta sottomessa e nessun progetto approvato. Il dato, pur non critico in termini assoluti, individua un'area di miglioramento, coerente con quanto rilevato anche nel quadro complessivo delle collaborazioni estere. Infine, i progetti conto terzi risultano inferiori sia nel numero (6 vs 8) sia nel volume di risorse acquisite. Anche in questo caso, il risultato segnala una parziale contrazione dell'interazione con soggetti esterni, che potrà essere oggetto di azioni mirate nel ciclo successivo. Nel complesso, OB.3 risulta sostanzialmente raggiunto, con una forte tenuta sulle collaborazioni istituzionali e competitive e alcune aree di rafforzamento individuabili con chiarezza, in particolare sul versante internazionale e del trasferimento verso l'esterno				
OB.4 - Rafforzare la notorietà e la reputazione scientifica	N. occasioni di condivisione interna delle tematiche	1	2 incontri	2
	N. di collaborazioni estere (visiting in/out)	12 visiting in/out	//	10 visiting in/out (2 in + 1 out + 7 dottorandi)
	N. di Editorial Board di riviste	16	16	16
Note				
I risultati del 2023 mostrano un buon livello di coerenza tra azioni pianificate e risultati conseguiti, confermando la solidità della reputazione scientifica del Dipartimento, soprattutto sul piano nazionale. Il numero di occasioni di condivisione interna delle tematiche di ricerca risulta pienamente in linea con il target (2 incontri), evidenziando un'attenzione costante alla circolazione interna delle conoscenze, elemento coerente con il rafforzamento della qualità e dell'identità scientifica dipartimentale. Le collaborazioni estere (visiting in/out) risultano pari a 10 unità, a fronte di un valore di riferimento pari a 12. Lo scostamento è contenuto e appare spiegabile anche alla luce della composizione del dato, che include un numero				

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: RICERCA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/10/2023**
significativo di dottorandi coinvolti. Il risultato complessivo segnala comunque una presenza internazionale attiva, pur con margini di consolidamento. Di particolare rilievo è il dato relativo alla partecipazione ai comitati editoriali di riviste scientifiche, che risulta pienamente in linea con il valore programmato (16). Tale indicatore rappresenta un segnale qualificato di riconoscimento scientifico, rilevante anche ai fini della valutazione esterna ANVUR, in quanto espressione di autorevolezza e visibilità accademica. Nel complesso, OB.4 può considerarsi raggiunto, con risultati coerenti con la dimensione del Dipartimento e con un profilo reputazionale stabile, che potrà essere ulteriormente rafforzato attraverso un incremento strutturato delle collaborazioni internazionali.				
OB.5 - Stimolare il coinvolgimento individuale alla realizzazione del Piano	Riconoscimento formale del grado individuale di raggiungimento degli obiettivi prefissati	n.a.	Contributo personale ad almeno 11 indicatori su 20	Ricostruzione per ciascun anno di: ● produzione scientifica (pubblicazioni, co-autoraggi, qualità dei prodotti); ● partecipazione a progetti di Ateneo, nazionali e internazionali; ● attività di coordinamento scientifico e partecipazione a editorial board; ● visiting, mobilità e collaborazioni internazionali; ● iniziative di terza missione, public engagement e accordi con imprese; ● contributi alle attività di didattica, formazione superiore e comunicazione istituzionale

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: RICERCA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/10/2023**
Note				
Nel 2023 il Dipartimento ha evidenziato un coinvolgimento diffuso del personale docente e ricercatore nella realizzazione del Piano Strategico, come emerge dalla partecipazione alle attività di ricerca, progettazione competitiva, internazionalizzazione, terza missione e comunicazione istituzionale monitorate negli obiettivi OB.1–OB.4. Il contributo individuale è stato ricostruito ex post attraverso l'analisi integrata delle evidenze già disponibili, che mostrano come la maggioranza del personale abbia contribuito a un numero di indicatori superiore alla soglia prevista. La mancata formalizzazione ex ante dell'indicatore non riflette una carenza di partecipazione, ma un limite metodologico del sistema di rilevazione adottato nel 2023. In una logica di miglioramento continuo (PDCA), tale esperienza ha consentito di individuare la necessità di rendere più esplicito e strutturato il monitoraggio del contributo individuale nei cicli successivi. Nel complesso, l'obiettivo OB.5 può considerarsi sostanzialmente raggiunto.				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO ***(ex Piano Strategico di Ateneo)*:** **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: RICERCA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
OB.1 - Migliorare la produttività scientifica	N. di articoli su rivista scientifica accreditata (lista Anvur 13/b)	60	63	107 (188)* * con coautoraggi
	N. di capitoli di libro	60	63	96 (161)* *con coautoraggi
	N. di monografie	10	11	11 (15)* * con coautoraggi
Note				
La produttività scientifica nel 2024 è superiore a tutti i target sia considerando prodotti unici che i prodotti coautorati. Il Dipartimento proseguirà nel monitoraggio				
OB.2 - Aumentare la qualità della ricerca	N. di articoli in Fascia A Anvur	23	25	38 (73)* * con coautoraggi
	N. di articoli in riviste in lista "Q1- AIDEA	n.a.	30	44
	N. di articoli in riviste in lista "Q2 - AIDEA	n.a.	20	11
	N. di articoli in riviste indicizzate Scopus	51	54	65 (117)* * con coautoraggi
In continuità con quanto rilevato per il 2023, il monitoraggio basato sui quartili del Journal Ranking AIDEA presenta limiti di efficacia, in quanto la classificazione ha natura periodica e non risulta sempre pienamente allineata alle tempistiche dei processi di valutazione interna. Valutazioni più puntuali sono state pertanto condotte in occasione della selezione dei prodotti da conferire alla VQR, avvalendosi di strumenti software di supporto all'analisi della qualità delle pubblicazioni, che consentono di costruire un indicatore sintetico denominato vantaggio medio, definito su una scala di variazione 0–10. Con riferimento ai 34 prodotti complessivamente conferiti per l'anno 2024, il valore medio dell'indicatore di qualità risulta pari a 9,1/10, in crescita rispetto al periodo precedente. Pur trattandosi di un campione selezionato e quindi non pienamente rappresentativo dell'intera produzione scientifica, il dato evidenzia comunque una dinamica di crescita della qualità dei prodotti di ricerca conferiti.				
OB.3 - Rafforzare le collaborazioni inter, intra ed extra dipartimentali	N. di Progetti di Ateneo sottomessi	33	37 (almeno 1 grande)	39 (2 grandi)
	N. di Progetti di Ateneo approvati	23	30	30 (2 grandi)
	Ammontare di fondi a disposizione della ricerca da progetti di Ateneo	151.590 €	165.000 €	226.787 €

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO ***(ex Piano Strategico di Ateneo)*****:** **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: RICERCA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
	N. di Progetti di interesse nazionale e regionale sottomessi (es. PRIN, PNRR, borse dottorato...)	16 (di cui 5 borse di dottorato)	+1	Nel 2024 non sono stati emessi bandi per progetti PRIN o PNRR
	N. di Progetti di interesse nazionale e regionale approvati (es. PRIN, PNRR, borse dottorato ...)	9 (di cui 4 borse di dottorato)	+1	Nel 2024 non sono stati emessi bandi per progetti PRIN o PNRR
	N. di Progetti di interesse internazionale sottomessi (es. Horizon 2020, ...)	2	3	Non sono stati sottomessi progetti di interesse internazionale nell'anno.
	N. di Progetti di interesse internazionale approvati (es. Horizon 2020, ...)	0	1	0
	Ammontare totale fondi di ricerca acquisiti da bandi competitivi nazionali + internazionali (esclusi quelli di Ateneo)	Totale 1.061.424 € (senza massa critica 699.715 €) di cui 374.990 € per dottorati	600.000 € (esclusi dottorati)	426.025,14 €
	N° Progetti conto terzi attivati	8	9	4
	Ammontare totale fondi acquisiti da progetti conto terzi	214.400 €	200.000 €	137.000 €
Note				
Nel 2024 l'OB.3 risulta complessivamente raggiunto, con risultati particolarmente positivi sul versante delle collaborazioni intra- e inter-dipartimentali. Il numero di progetti di Ateneo sottomessi e approvati supera i target previsti, con l'attivazione di due progetti di grandi dimensioni, a conferma della crescente capacità del Dipartimento di operare in reti strutturate e di assumere un ruolo proattivo nella progettazione collaborativa. Coerentemente, l'ammontare dei fondi di Ateneo a supporto della ricerca registra un incremento significativo, ben oltre il valore obiettivo. Le collaborazioni nazionali e regionali mostrano una buona tenuta, con un lieve incremento di progetti sottomessi e approvati, nonostante l'assenza nel 2024 di bandi PRIN e PNRR, evidenziando la capacità del Dipartimento di mantenere attiva la progettualità anche in un contesto esterno sfavorevole.				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO ***(ex Piano Strategico di Ateneo)*:** **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: RICERCA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
Più contenuta risulta la partecipazione a progetti internazionali, che rappresenta un ambito di miglioramento già identificato e oggetto di attenzione strategica per i prossimi cicli di pianificazione. Nel complesso, i risultati confermano la solidità delle collaborazioni interne ed esterne e la capacità del Dipartimento di tradurle in opportunità concrete di finanziamento e sviluppo della ricerca, in linea con gli obiettivi del Piano Strategico.				
OB.4 - Rafforzare la notorietà e la reputazione scientifica	N. occasioni di condivisione interna delle tematiche	1	4 incontri	4
	N. di collaborazioni estere (visiting in/out)	12 visiting in/out	14	19 (5 in + 7 out + 7 dottorandi out)
	N. di Editorial Board di riviste	16	18	22
Note				
I dati del 2024 mostrano un rafforzamento netto della notorietà e della reputazione scientifica del Dipartimento, con risultati superiori ai target su tutti gli indicatori considerati. In particolare, il numero di occasioni di condivisione interna delle tematiche di ricerca risulta pienamente in linea con quanto programmato, segnalando una maggiore strutturazione delle pratiche di confronto e disseminazione interna. Molto positivo è il dato relativo alle collaborazioni estere (visiting in/out), che supera il target previsto, includendo sia mobilità in ingresso e in uscita sia un coinvolgimento significativo di dottorandi. Tale risultato indica un rafforzamento delle reti internazionali e una maggiore attrattività del Dipartimento. Ulteriore elemento qualificante è l'incremento del numero di componenti di editorial board di riviste scientifiche, che supera il valore programmato e rappresenta un indicatore diretto di riconoscimento scientifico e visibilità accademica, rilevante anche ai fini della valutazione ANVUR. Nel complesso, OB.4 risulta pienamente raggiunto, con una dinamica di crescita coerente con le strategie di consolidamento della reputazione scientifica.				

DIDATTICA

SET INDICATORI DIPARTIMENTALI - anno 2023

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: DIDATTICA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
OB.1 Migliorare la regolarità delle carriere	- **iC02** Percentuale di laureati (L, LM, LMCU) entro la durata normale del corso - **iC17** Percentuale di immatricolati (L, LM, LMCU) che si laureano entro un anno oltre la durata normale del corso nello stesso corso di studio - **iC22** Percentuale di immatricolati (L, LM, LMCU) che si laureano, nel CdS, entro la durata normale del corso	65,31% 57,78% 42,14%	≥t-1 ≥66,62%	64,99% n.d. n.d.
Note				
Gli indicatori iC17 e iC22 risultano attualmente non misurabili a causa della mancanza di dati utili. Il cruscotto ANVUR, infatti, presenta dati completi per gli anni 2021 e 2022, mentre per il 2023 i dati sono disponibili solo in modo sporadico; inoltre, alla data odierna tali dati risultano non aggregati e non consolidati, limitando la possibilità di un'analisi affidabile. *Per quanto riguarda l'indicatore iC02, si osserva una tendenza non positiva generalizzata per tutti i corsi di studio, sia triennali che magistrali, con una flessione persistente iniziata negli anni precedenti. La riduzione della percentuale di studenti che si laureano entro la durata normale del corso suggerisce una riflessione approfondita sulle competenze d'ingresso degli studenti e sulle eventuali criticità nei percorsi formativi, sia a livello triennale che magistrale.* .				
OB.2 Migliorare il rapporto docenti/studenti	- **iC08** Percentuale dei docenti di ruolo che appartengono a settori scientifico-disciplinari (SSD) di	95,33%	≥t-1 ≥94,21%	94,40%

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: DIDATTICA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
	base e caratterizzanti per corso di studio (L, LMCU, LM), di cui sono docenti di riferimento - **iC19** Percentuale ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato sul totale delle ore di docenza erogata - **iC27** Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza) - **iC28** Rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti degli insegnamenti del primo anno (pesato per le ore di docenza) - **RS** Rapporto di soddisfazione complessiva per l'insegnamento frequentanti	70,14% 5373,62 3780,26 3,79	≥70,03% ≥1,50	68,53% n.d. n.d. 4,62
Note				
Gli indicatori **iC27**, **iC28** risultano al momento non misurabili a causa della mancanza di dati disponibili. Il cruscotto ANVUR, infatti, presenta dati completi per gli anni 2021 e 2022, mentre per il 2023 i dati sono disponibili solo in modo sporadico; inoltre, alla data odierna tali dati risultano non aggregati e non consolidati, limitando la possibilità di un'analisi esaustiva. Per quanto riguarda l'indicatore **iC08**, che misura il rapporto docenti/studenti iscritti, si osserva una tendenza generalmente positiva, seppur con situazioni molto differenziate tra i corsi di studio. Alcuni corsi mostrano miglioramenti significativi, altri mantengono una sostanziale stabilità, mentre altri ancora evidenziano una diminuzione, che indica un aumento del carico studentesco non bilanciato da un incremento del corpo docente, con potenziali rischi per la qualità della didattica.				

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: DIDATTICA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
Relativamente all'indicatore **iC19**, che rappresenta la quota di ore di docenza erogata da docenti a tempo indeterminato sul totale delle ore di docenza, i dati mostrano una lieve flessione complessiva dovuta al fatto che, mentre la maggior parte dei corsi mantiene una quota relativamente stabile, due corsi magistrali evidenziano una tendenza al ribasso o valori persistentemente bassi, indicando una dipendenza da docenti a tempo determinato o esterni, con possibili effetti negativi sulla qualità e continuità della didattica. L'analisi congiunta di questi indicatori evidenzia la necessità di continuare a valorizzare e potenziare il personale docente stabile, per garantire un equilibrio adeguato tra docenti e studenti e mantenere elevati standard qualitativi nell'offerta formativa del Dipartimento. Quanto alla soddisfazione complessiva degli studenti, l'andamento dell'indicatore RS, desumibile dalla rilevazione delle opinioni degli studenti frequentanti, segnala un significativo miglioramento.				
OB. 3 Rilancio Laurea Magistrale sede di Latina	**Immatricolati**	26	≥t-1	71,18%
	iC13 Percentuale di CFU conseguiti al I anno su CFU da conseguire	73,20%	≥75,83%	
	iC14 Percentuale di studenti che proseguono nel II anno nello stesso corso di studio	88,00%	≥100,00%	92,11%
	RS Rapporto di soddisfazione complessiva per l'insegnamento frequentanti	6,32		
Note				
Gli indicatori iC13 e iC14 mostrano una lieve flessione nel 2023 confermando la necessità di iniziative e azioni volte al rilancio del CdS magistrale. Di conseguenza, nell'anno 2023 si è avviata la ristrutturazione dell'offerta formativa e dei curricula, per cui si attende un miglioramento dell'attrattività e delle immatricolazioni negli anni accademici successivi. L'indicatore RS per il CdS magistrale erogato presso la sede di Latina, al momento della redazione del presente documento, non risulta consolidato, limitando la possibilità di un'analisi affidabile.				
OB. 4 Avvio Corso triennale sede di Rieti	Anno di attivazione: a.a. 23/24: nessun SSD del Dipartimento II anno di erogazione (a.a. 24/25): 2 SSD del Dipartimento	0	n/a	n/a

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: DIDATTICA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
	III anno di erogazione (a.a. 25/26): +1 SSD del Dipartimento			
Note				
Questo obiettivo è pertinente a partire dall'anno accademico 2024-2025.				

SET INDICATORI DIPARTIMENTALI - anno 2024

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: DIDATTICA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
OB.1 Migliorare la regolarità delle carriere	- **iC02** Percentuale di laureati (L, LM, LMCU) entro la durata normale del corso - **iC17** Percentuale di immatricolati (L, LM, LMCU) che si laureano entro un anno oltre la durata normale del corso nello stesso corso di studio - **iC22** Percentuale di immatricolati (L, LM, LMCU) che si laureano, nel CdS, entro la durata normale del corso	65,31% 57,78% 42,14%	≥t-1 ≥64,99%	54,26%
Note.				
Gli indicatori iC17 e iC22 risultano attualmente non misurabili a causa della mancanza di dati utili. Il cruscotto ANVUR, infatti, presenta dati completi per gli anni 2021 e 2022, mentre per il 2023 i dati sono disponibili solo in modo sporadico; inoltre, alla data odierna tali dati risultano non aggregati e non consolidati, limitando la possibilità di un'analisi affidabile. *Per quanto riguarda l'indicatore iC02, si conferma una tendenza non positiva generalizzata per tutti i corsi di studio, sia triennali che magistrali, con una flessione persistente iniziata negli anni precedenti. La riduzione della percentuale di studenti che si laureano entro la durata normale del corso ribadisce la necessità di una riflessione approfondita sulle competenze d'ingresso degli studenti e sulle eventuali criticità nei percorsi formativi, sia a livello triennale che magistrale.*				
OB.2 Migliorare il rapporto docenti/studenti	- **iC08** Percentuale dei docenti di ruolo che appartengono a settori scientifico-disciplinari (SSD) di	95,33%	≥t-1 ≥94,40%	93,27%

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: DIDATTICA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
	base e caratterizzanti per corso di studio (L, LMCU, LM), di cui sono docenti di riferimento - **iC19** Percentuale ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato sul totale delle ore di docenza erogata - **iC27** Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza) - **iC28** Rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti degli insegnamenti del primo anno (pesato per le ore di docenza) - **RS** Rapporto di soddisfazione complessiva per l'insegnamento frequentanti	70,14% 5373,62 3780,26 3,79	≥68,53%	67,69% n.d. n.d. n.d.
Note				
Gli indicatori **iC27**, **iC28** e **RS** risultano, al momento della redazione del presente documento, non misurabili a causa della mancanza di dati disponibili. Il cruscotto ANVUR, infatti, presenta dati completi per gli anni 2021 e 2022, mentre per il 2023 i dati sono disponibili solo in modo sporadico; inoltre, alla data odierna tali dati risultano non aggregati e non consolidati, limitando la possibilità di un'analisi esaustiva. Per quanto riguarda l'indicatore **iC08**, che misura il rapporto docenti/studenti iscritti, si osserva un lieve peggioramento, che tuttavia deriva dalla composizione di situazioni molto differenziate tra i corsi di studio. Alcuni corsi mostrano miglioramenti significativi, altri mantengono una sostanziale stabilità, mentre altri ancora evidenziano una diminuzione, che indica un aumento del carico studentesco non bilanciato da un incremento del corpo docente, con potenziali rischi per la qualità della didattica.				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: DIDATTICA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
Relativamente all'indicatore **iC19**, che rappresenta la quota di ore di docenza erogata da docenti a tempo indeterminato sul totale delle ore di docenza, i dati mostrano nel complesso una lieve riduzione, sebbene la maggior parte dei corsi abbia mantenuto una quota relativamente stabile. Tuttavia, due corsi magistrali evidenziano una tendenza al ribasso o valori persistentemente bassi, indicando una dipendenza da docenti a tempo determinato o esterni, con possibili effetti negativi sulla qualità e continuità della didattica. L'analisi congiunta di questi indicatori evidenzia la necessità di continuare a valorizzare e potenziare il personale docente stabile, per garantire un equilibrio adeguato tra docenti e studenti e mantenere elevati standard qualitativi nell'offerta formativa del Dipartimento.				
OB. 3 Rilancio Laurea Magistrale sede di Latina	**Immatricolati**	26	≥t-1	
	iC13 Percentuale di CFU conseguiti al I anno su CFU da conseguire	73,20%		n.d.
	iC14 Percentuale di studenti che proseguono nel II anno nello stesso corso di studio	88,00%		n.d.
	RS Rapporto di soddisfazione complessiva per l'insegnamento frequentanti	6,32		n.d.
Note				
Gli indicatori iC13, iC14 e RS risultano al momento non misurabili a causa della mancanza di dati utili. Il cruscotto ANVUR, infatti, presenta dati completi per gli anni 2021 e 2022, mentre per il 2023 i dati sono disponibili solo in modo sporadico; inoltre, alla data odierna tali dati risultano non aggregati e non consolidati, limitando la possibilità di un'analisi affidabile. Tuttavia, per quanto riguarda gli immatricolati ai corsi di laurea magistrale, nell'anno 2023 si è avviata la ristrutturazione dell'offerta formativa e dei curricula, per cui si attende un miglioramento dell'attrattività e delle immatricolazioni a partire dall'anno accademico successivo.				
OB. 4 Avvio Corso triennale sede di Rieti	II anno di erogazione (a.a. 24/25): 2 SSD del Dipartimento III anno di erogazione (a.a. 25/26): +1 SSD del Dipartimento	0	n/a	n/a
Note				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: DIDATTICA				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
L'avvio del Corso di Laurea presso la sede di Rieti prevede l'erogazione di tre insegnamenti appartenenti agli GSD afferenti al Dipartimento. In coerenza con le esigenze didattiche, a partire dal secondo anno sono stati attivati i corsi di Economia e gestione delle imprese (8 CFU, ECON-08/B), e il corso di Economia degli intermediari finanziari (8 CFU, ECON-09/B). Nel terzo anno, nel secondo semestre, sarà erogato il corso Processi produttivi per l'economia circolare (8 CFU, ECON-11). Questa programmazione risponde pienamente ai parametri fissati, garantendo un'offerta formativa coerente e progressiva nel tempo, in linea con gli obiettivi strategici del Dipartimento. Questo obiettivo è pertinente a partire dall'anno accademico 2024-2025				

TERZA MISSIONE

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **X Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: TERZA MISSIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
OB.1 Aumentare il contributo del Dipartimento al contesto sociale di riferimento	Numero di nuovi accordi istituzionali di Terza Missione	0	1	3
	Servizi di trasferimento tecnologico da parte delle strutture di intermediazione	n.a.	1	3
Note				
Sono state promosse le iniziative di trasferimento tecnologico (ad es. supporto all'imprenditorialità studentesca) cui il Dipartimento è partner, tra cui Start Cup Lazio, Laboratorio per l'imprenditorialità Invitalia, ENtrepreneurial Action US. Tutti i nuovi accordi hanno compreso tra gli obiettivi anche l'attività di terza missione.				
OB.2 Aumentare la contaminazione e diffusione dei risultati della ricerca verso l'esterno	Numero di attività di public engagement	n.a.	1	18
	Numero di iniziative di divulgazione scientifica aperte alla cittadinanza	n.a.	1	3
Note				
Diverse sono state le iniziative di public engagement e di divulgazione scientifica, tra le altre si segnala il ciclo di seminari "Foyer Finanziario".				
OB.3 Aumentare Consapevolezza interna e coinvolgimento dei docenti verso le tematiche di terza Missione	N° incontri (pillole interne)	n.a.	3	3
	Redazione linee guida interne/FAQ	n.a.	SI	NO

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **X Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: TERZA MISSIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
OB.1 Aumentare il contributo del Dipartimento al contesto sociale di riferimento	Numero di nuovi accordi istituzionali di Terza Missione	0	3	3
	Incrementare servizi di trasferimento tecnologico da parte delle strutture di intermediazione	n.a.	2	3
Note				
Sono state promosse le iniziative di trasferimento tecnologico (ad es. supporto all'imprenditorialità studentesca) cui il Dipartimento è partner, tra cui Start Cup Lazio, Laboratorio per l'imprenditorialità Invitalia, ENtrepreneurial Action US. Tutti i nuovi accordi hanno compreso tra gli obiettivi anche l'attività di terza missione.				
OB.2 Aumentare la contaminazione e diffusione dei risultati della ricerca verso l'esterno	Numero di attività di public engagement	n.a.	3	48
	Numero di iniziative di divulgazione scientifica aperte alla cittadinanza	n.a.	3	3
Note				
Si segna, a titolo esemplificativo il progetto "alimentazione sostenibile - sviluppo di un Ecoscore per la ristorazione collettiva", che ha partecipato al Maker Faire 2024 (25-27 ottobre 2024.				
OB.3 Aumentare Consapevolezza interna e coinvolgimento dei docenti verso le tematiche di terza Missione	N° incontri (pillole interne)	n.a.	3	3
	Redazione linee guida interne/FAQ	n.a.	SI	NO

INTERNAZIONALIZZAZIONE

SET INDICATORI DIPARTIMENTALI (anno 2023 e 2024)

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: INTERNAZIONALIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
OB.1: Creazione dell'ambiente favorevole per lo sviluppo di ulteriori rapporti internazionali	*A. Aumento le <u>attività di networking</u> a livello internazionale:* 1. Aumento delle iniziative di collaborazione per singola istituzione internazionale (fertilizzazione incrociata) [indicatore Qualitativo, variabile binaria]	n.a.	1. =0	A1. obiettivo superato * Avviate ulteriori iniziative con partner esistenti; *costruzione DB istituzioni avviato per aumentare le collaborazioni per singole istituzioni
	2. Aumento degli accordi (n°) internazionali nell'ambito della didattica (DD, summer/spring winter school, cotutele, ecc.)	situazione preesistente	2. ≥t-1	A2. obiettivo raggiunto * 1 DD firmato nel 2023 * 2 ipotesi di DD sul Bachelor degree allo studio
	B. Promozione <u>iniziative informative</u> collegate a quelle di ateneo 1. Numero di iniziative per promozione interna delle opportunità di finanziamento internazionali focalizzate	n.a.	≥t-1	B1. realizzate comunicazioni da commissione internazionalizzazione verso il dipartimento tramite mail in attesa di definire canali comunicazione dip.

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: INTERNAZIONALIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
	C. Sviluppo delle competenze 1. Numero di iniziative volte allo sviluppo delle competenze interne (corsi inglese, corsi di progettazione, ecc.)	n.a.	=t-1	C1. obiettivo superato (n: iniziative 2) * Partecipazione di risorse di alcune risorse interne a corso lingua inglese per didattica * Partecipazione di risorse TAB corso su progettazione europea
	2. numero iniziative volte a diffondere best practices del passato interne al Dipartimento	n.a.	=t-1	C2. Nessuna iniziativa specifica, in linea con quanto previsto
Note				
Fonte dati: - *mappatura dei doppi titoli e aggiornamento del data base;* - *mappatura delle iniziative formative tramite mail inviate dipartimento istituzionalizzare la rilevazione;* - *DB in costruzione Atenei e enti internazionali partener*				

	Anno 2023				
	AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
	Linea strategica Dipartimentale: INTERNAZIONALIZZAZIONE				
	Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
	OB.2: Aumento della mobilità delle risorse interne (TAB, personale docente e dottorandi) ed estere	A.1 Variazione percentuale media del numero di risorse interne che partecipano ai diversi programmi di mobilità in uscita $[(resVo)_t+(didVo)_t+(othVo)_t]$ / $[(resVo)_{t-1}+(didVo)_{t-1}+(othVo)_{t-1}]-1$	n.a.	=t-1	A1. La rilevazione delle mobilità out è incompleta; monitoraggio obiettivo rinviato
		B. Percentuale di dottorandi che svolgono periodi all'estero 1. n° dottorandi outgoing/ n° dottorandi totali	n.a.	=t-1	B1. obiettivo superato: la percentuale dei dottorandi che svolge periodi all'estero per un periodo inferiore a 3 mesi è stata pari al 20.4%
		2. Percentuale di dottori di ricerca che hanno trascorso <u>almeno tre mesi</u> all'estero	n.a.	=t-1	B2. obiettivo superato: 13.6% (pari a 6 dottorandi su 44 iscritti al 2023)
		C1. Aumento del numero di risorse interne [res= research, did=didactic; oth=other] che ospitano docenti e ricercatori stranieri $[(resVi)_t+(didVi)_t]$ / $[(resVi)_{t-1}+(didVi)_{t-1}]-1$	1	=t-1	C1. Obiettivo superato: nel 2023 +50% di visiting con bando di Ateneo

Note
Fonte dati: - *Bandi di ateneo visiting incoming + convocazioni consigli di dipartimento per monitorare cv e numero di domande presentate;* - *Missioni all'estero di durata superiore a 4 gg.;* - *Informazioni del dottorato d ricerca;* *Punti di attenzione:* - *Necessità di aumentare le fonti informative (tramite survey ad esempio) per le informazioni mancanti*

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: INTERNAZIONALIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
OB.3: Aumentare la diffusione dei risultati della ricerca a livello internazionale	*A. Azioni prodromiche la diffusione dei risultati* Livello di completamento di Base dati per il monitoraggio delle informazioni non presenti in IRIS: 1. monitoraggio della partecipazione ai comitati scientifici e agli editorial board internazionali	n.a.	A ≥ 30%	L'obiettivo OB3_A può dirsi complessivamente raggiunto. In dettaglio: A1. completata rilevazione da IRIS e analisi
	2. costruzione DB visiting non finanziati con bandi di ateneo			A2. Costruito DB con monitoraggio missioni con finanziamenti che transitano dal DIP; tuttavia, non si riesce a monitorare le altre iniziative
	3. monitoraggio delle pubblicazioni con autori altri enti internazionali			A3. Monitoraggio e aggiornamento fatto su IRIS per tutto il 2023
	4. monitoraggio delle call internazionali alle quali si partecipa a livello internazionale			A4. possibile solo per quei progetti che richiedono autorizzazione dipartimento; obiettivo da rivedere
	5. rilevazione altre iniziative internazionali svolte dalle risorse del Dipartimento			A5. la rilevazione tramite questionario è stata sospesa la rilevazione dei progetti su IRIS

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: INTERNAZIONALIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
	B. Azioni per la diffusione in senso stretto *Numero di iniziative di divulgazione scientifica organizzate dal Dipartimento a livello internazionale:* 1. organizzazione di convegni internazionali	1. mediamente due all'anno	1. (t-1) 2	B1. obiettivo raggiunto: 2 convegni internazionali organizzati nel 2023
	2. report biennale in lingua inglese sull'attività di ricerca (es. univ. estere),	2. n.a.	2. realizzazione al 50%	B2. obiettivo in fase di conseguimento (definito contenuto di delle schede progetto e report)
	3. iniziative di comunicazione di attività internazionali sui canali del Dipartimento (n° comunicazione inviate)	3. n.a.	3. ≥0	B3. obiettivo parzialmente rimandato per la creazione di DB Ateneo e per attesa rinnovo sito Dipartimento
	C. Produzione di output della ricerca Aumento della produzione internazionale Incremento delle pubblicazioni di rilievo internazionale 1. NPI/NPT	1. 60% (valore piano strategico triennale) valori aggiornati 2022: 54.5%	1. =(t-1)	C1a. obiettivo superato: percentuale raggiunta pari al 72.7%
	2. NPCEI/NTP	2. 11,07% (valore piano strategico) valori aggiornati:	2. =(t-1)	C2a. (da IRIS) obiettivo superato: percentuale raggiunta 18.8%

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: INTERNAZIONALIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
		2 (da IRIS) 12,8%		
	3. NPCEI/NPI	3 (da Scopus, numeratore solo articoli) 18.45%	3. =(t-1)	C2b. (da scopus/wos) 15.2%
	D.1. Partecipazione a convegni internazionali (atti di convegno) rispetto al totale convegni NCI/NTC	72,22% (valore piano strategico) 1.82.6% valori aggiornati:	≥(t-1)	D1. obiettivo superato: percentuale raggiunta 86.7%
Note				
Fonte dati: - *iris* - *wos* - *scopus* - *Ottima la performance rispetto alla produzione di output della ricerca che consentono la diffusione dei risultati a livello internazionale. Nel corso del 2023 gli obiettivi sono ampiamente superati. Occorre, sensibilizzare ulteriormente il personale sulla tempestiva e completa alimentazione del DB Iris.* - *Da perfezionare l'attività di rilevazione delle informazioni (iniziative internazionali, partecipazione a bandi, etc.)* - *Da completare l'attività per la produzione del report biennale e per la promozione delle iniziative internazionali sui canali del Dipartimento. In merito, si è fatto ricorso comunque all'utilizzo del nuovo canale linkedIn del Dipartimento.*				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: INTERNAZIONALIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
OB.1: Creazione dell'ambiente favorevole per lo sviluppo di ulteriori rapporti internazionali	*A. Aumento le <u>attività di networking</u> a livello internazionale:*	n.a. Situazione preesistente		
	1. Aumento delle iniziative di collaborazione per singola istituzione internazionale (fertilizzazione incrociata) [indicatore Qualitativo, variabile binaria]		1. =1	A1. obiettivo superato: * avviate ulteriori iniziative con partner esistenti (visiting dottorandi, visiting incoming, possibilità di accordi su didattica)
	2. Aumento degli accordi (n°) internazionali nell'ambito della didattica (DD, summer/spring winter school, co-tutele, ecc.)		2. ≥ 2023	A2: obiettivo raggiunto * 1 nuovo DD firmato; * 1 emendamento accordo esistente; * 1 BIP vinto per una winter school; * 1 ipotesi di Master DD allo studio
	B. Promozione <u>iniziative informative</u> collegate a quelle di ateneo 1. Numero di iniziative per promozione interna delle opportunità di finanziamento internazionali focalizzate	n.a.	≥2023	B.1. obiettivo superato: * 8 comunicazioni inviate su iniziative internazionali al dipartimento

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: INTERNAZIONALIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
	C Sviluppo delle competenze: 1. Numero di iniziative volte allo sviluppo delle competenze interne (corsi inglese, corsi di progettazione, ecc.)	n.a.	≥2023	C1. Obiettivo superato: * partecipazione personale tab e docente a iniziative di formazione e dei dottorandi
	2. numero iniziative volte a diffondere best practices del passato interne al Dipartimento	n.a.	≥2023	C2. Obiettivo raggiunto: * Rilevazione tramite flowchart dei processi gestione DD * avvio definizione procedure per la gestione interna dei DD
Note				
Fonte dati: - *comunicazioni inviate dalla commissione internazionalizzazione* - *comunicazioni di segnalazione iniziative formativi ateneo e dipartimento* - *convocazioni consigli di dipartimento e allegati a supporto* - *sezione db Visiting in costruzione* *Punti di attenzione:* - *incremento dei tempi di valutazione di ateneo dei doppi titoli, ritardano la stipula degli accordi* - *ridefinizione dei processi di gestione dei doppi titoli alla luce della riassegnazione responsabilità in diversi uffici di ateneo*				

	Anno 2024			
	AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**			
	Linea strategica Dipartimentale: INTERNAZIONALIZZAZIONE			
OB.2: Aumento della mobilità delle risorse interne (TAB, personale docente e dottorandi) ed estere	A. Variazione percentuale media del numero di risorse interne che partecipano ai diversi programmi di mobilità in uscita $[(resVo)_t+(didVo)_t+(othVo)_t] / [(resVo)_{t-1} - +(didVo)_{t-1}+(othVo)_{t-1}]-1$	n.a.	≥2023 (≥ di 2 missioni superiori a 5 gg)	A1. Obiettivo parzialmente raggiunto * Nel 2024 ci sono state 19 missioni[1] della durata maggiore o uguale a 5 gg (in aumento in termini percentuali);
	B. Percentuale di dottorandi che svolgono periodi di formazione all'estero 1. n° dottorandi outgoing/ n° dottorandi totali	n.a.	= 2023 = 20.45%	B1. Obiettivo ampiamente superato: * la percentuale dei dottorandi che svolge periodi all'estero per un periodo inferiore a 3 mesi è stato pari al 31.43%
	2. Percentuale di dottorandi di ricerca che hanno trascorso <u>almeno tre mesi</u> all'estero (indicatore ANS – Post lauream)	n.a.	= 2023 = 13.64%	B2.Obiettivo ampiamente superato: * 14.3%
	C. Aumento del numero di risorse interne [res= research, did=didactic; oth=other]	1	≥2023	C1. Obiettivo non raggiunto * il .n di visiting è costante

[1] Calcolato per il 2024 su missioni all'estero per gg>5 non sono compresi i dottorandi

	Anno 2024			
	AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**			
	Linea strategica Dipartimentale: INTERNAZIONALIZZAZIONE			
	che ospitano docenti e ricercatori stranieri $[(resVi)_t+(didVi)_t] \; / \; [(resVi)_{t-1} + (didVi)_{t-1}]-1$			rispetto al 2023 (pari a 3)
Note				
Fonte dati: - *Verbali dottorato di ricerca;* - *Db dottorandi costruito con l'ausilio degli uffici* - *Convocazioni e documentazione a supporto dei consigli di dipartimento* - *Assegnazione risorse di ateneo per bandi visiting* *Punti di Attenzione:* - *integrare il DB missioni con survey per rilevazione più puntuale dei visiting out e visiting in non finanziati da ateneo* - *non risultano esperienze di staff mobility che abbiano coinvolto il personale TAB.*				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: INTERNAZIONALIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
OB.3: Aumentare la diffusione dei risultati della ricerca a livello internazionale	*A. Azioni prodromiche la diffusione dei risultati* Livello di completamento di Base dati per il monitoraggio delle informazioni non presenti in IRIS: 1. monitoraggio della partecipazione ai comitati scientifici e agli editorial board internazionali	n.a.	≥ 65 %	Complessivamente attività completata al 65%, ma con diversi livelli di perfezionamento per le sotto attività: A1. Interrogazione massiva ORCID per integrare DB
	2. costruzione DB visiting non finanziati con bandi di ateneo			A2 Costruito DB con monitoraggio missioni, da integrare
	3. monitoraggio delle pubblicazioni con autori altri enti internazionali			A3. monitoraggio e aggiornamento fatto su IRIS
	4. monitoraggio delle call internazionali alle quali si partecipa a livello internazionale			A4. possibile solo per quei progetti che richiedono autorizzazione dipartimento;
	5. rilevazione altre iniziative internazionali svolte dalle risorse del Dipartimento			A5. rilevazione tramite questionario; attività sospesa per possibile arrivo DB di Ateneo

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: INTERNAZIONALIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
	B. Azioni per la diffusione in senso stretto *Numero di iniziative di divulgazione scientifica organizzate dal Dipartimento a livello internazionale:* 1. organizzazione di convegni internazionali	1. mediamente due all'anno	1. = 2003=2	B1. obiettivo raggiunto: *2 convegni internazionali organizzati
	2. report biennale in lingua inglese sull'attività di ricerca (es. univ. estere),	n.a.	2. realizzazione al 50%	B2. obiettivo non raggiunto: * completamento al 30% (definito contenuto di massima schede progetto e report)
	3. iniziative di comunicazione di attività internazionali sui canali del Dipartimento (n° comunicazione inviate)	n.a.	3. ≥ 2023	B3. obiettivo rimandato per supposta creazione di DB Ateneo e per attesa rinnovo sito Dipartimento
	C. *Produzione di output della ricerca* *1. Aumento della* produzione internazionale Incremento delle pubblicazioni di rilievo internazionale 1. NPI/NPT	1. 60% (valore piano strategico) valori aggiornati 2022: 1. 54.5%	1.= 2023=72.7%	C1. obiettivo quasi raggiunto: * 70%

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: INTERNAZIONALIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
	2. NPCEI/NTP 3. NPCE/NPI	2a. 11,07% (valore piano strategico) valori aggiornati: 2a.(da IRIS)12.8% 3 (da Scopus/Wos) 18.45%	2: (t-1): 18.8% 3: 15.2%	C2. obiettivo non superato (da IRIS): * 15.5% C3. obiettivo non superato (da scopus/wos): * 8.2%
	D. Partecipazione a convegni internazionali (atti di convegno) rispetto al totale convegni 1. NCI/NTC	1. 82,6%	≥(t-1)= 86.7%	D1. risultato positivo ma obiettivo non superato
Note				

FORMAZIONE SUPERIORE

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: FORMAZIONE SUPERIORE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
OB.1 Ottimizzazione dei concept	Ottimizzazione dei concept	n.a.	SI	SI
Note				
Per rispondere alle mutate esigenze dei target dei partecipanti e del mercato del lavoro, la maggior parte dei Master e CAF di Dipartimento hanno adottato formule part-time o week-end, una calibrata integrazione tra attività in presenza e a distanza, nonché un progressivo maggiore utilizzo di forme didattiche multimediali. [100%] Si ritiene che l'obiettivo sia stato completamente raggiunto				
OB.2 Ampliamento dell'offerta	Numero di CAF-Master in partnership	1	+1	1
	Numero di iniziative in partnership con il CUOA	n.a.	0	-
	Studio di fattibilità per MBA Sapienza	n.a.	-	rinviato
Note				
Indicatore 2.1: sono stati avviati CAF e Master customizzati, con definizione di piani formativi in collaborazione con le imprese partner, per meglio soddisfare le imprese/organizzazioni partner [100%] Si ritiene che l'obiettivo sia stato completamente raggiunto. La partnership dell'Ateneo con il CUOA ha subito un rallentamento, conseguentemente non è stato possibile lavorare su nuove iniziative formative, ivi compresa l'analisi di fattibilità dell'MBA.				
OB.3 Definizione del "Corporate Brand" Formazione superiore Dipartimento di Management	Definizione del "Corporate Brand"	n.a.	-	

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: FORMAZIONE SUPERIORE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
Note				
In data 16/02/2023 è stata istituita una Commissione Alta Formazione, composta dai Direttori dei Master e dei CAF di Dipartimento, con l'obiettivo di incrementare le sinergie tra le diverse iniziative di formazione del Dipartimento, ivi compresa la definizione di una sorta di "Corporate Brand" relativo alla Formazione del Dipartimento. Il gruppo di lavoro ha ritenuto di soprassedere per il momento alla definizione del "Corporate brand", per motivi organizzativi e amministrativi.				
OB.4 Sinergie tra le diverse iniziative di formazione	Promozione e comunicazione	n.a.	SI	SI
	Condivisione strumenti	n.a.	SI	SI
	Sinergie nel Placement	n.a.	SI	SI
	Amministrazione e tutoraggio	SI	>	SI
Note				
Sono state attivate iniziative sinergiche per i diversi prodotti formativi del Dipartimento sui quattro aspetti indicati. Indicatore: 4.1. [100%] Si ritiene che l'obiettivo sia stato completamente raggiunto Indicatore: 4.2. [80%] Si ritiene che l'obiettivo sia stato ampiamente raggiunto Indicatore: 4.3. [100%] Si ritiene che l'obiettivo sia stato completamente raggiunto Indicatore: 4.4. [100%] Si ritiene che l'obiettivo sia stato completamente raggiunto				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: FORMAZIONE SUPERIORE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
OB.1 Ottimizzazione dei concept	Ottimizzazione dei concept	n.a.		
Note				
Per rispondere alle mutate esigenze dei target dei partecipanti e del mercato del lavoro, la maggior parte dei Master e CAF di Dipartimento hanno adottato formule part-time o week-end, una calibrata				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: FORMAZIONE SUPERIORE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
integrazione tra attività in presenza e a distanza, nonché un progressivo maggiore utilizzo di forme didattiche multimediali. [100%] Si ritiene che l'obiettivo sia stato completamente raggiunto				
OB.2 Ampliamento dell'offerta	Numero di CAF-Master in partnership	1	+1	1
	Numero di iniziative in partnership con il CUOA	n.a.	+1	
	Studio di fattibilità per MBA Sapienza	n.a.	SI	10%
Note				
Indicatore 2.1: sono stati avviati CAF,_Master customizzati, con definizione di piani formativi in collaborazione con le imprese partner, per meglio soddisfare l'impresa/organizzazione partner [100%] Si ritiene che l'obiettivo sia stato completamente raggiunto Indicatore 2.2: Allo stato attuale risultano avviate consultazioni volte alla realizzazione dell'obiettivo [50%] Si ritiene che l'obiettivo sia stato parzialmente raggiunto Indicatore 2.3: Allo stato attuale è stata fatta una riflessione preliminare di fattibilità, per un eventuale iniziativa di MBT Master in Business and Technology, in partnership con il CUOA e in collaborazione con il Dipartimento di Ingegneria Automatica, Informatica e Gestionale della Sapienza [10%]				
OB.3 Definizione del "Corporate Brand" Formazione superiore Dipartimento di Management	Definizione del "Corporate Brand"	n.a.	SI	
Note				
La Commissione Alta Formazione si è riunita in data 04/12/2024 per valutare le esperienze maturate nel periodo e per definire iniziative volte a incrementare le sinergie tra le diverse iniziative di formazione del Dipartimento. Per quanto riguarda l'ipotesi di definizione del "Corporate Brand" relativo alla Formazione del Dipartimento, il gruppo di lavoro ha ritenuto che non vi fossero le condizioni amministrative e organizzative per procedere in questa direzione.				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **○ Strumenti e risorse** **○ Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: FORMAZIONE SUPERIORE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
[50%] Si ritiene che l'obiettivo sia stato parzialmente raggiunto				
OB.4 Sinergie tra le diverse iniziative di formazione	Promozione e comunicazione	n.a.	-	
	Condivisione strumenti	n.a.	-	
	Sinergie nel Placement	n.a.	-	
	Amministrazione e tutoraggio	SI	>	
Note				
Indicatore: 4.4. [100%] Si ritiene che l'obiettivo sia stato completamente raggiunto. Sono state svolte efficaci azioni congiunte anche nella promozione e comunicazione e nel placement.				

ACCORDI CON IMPRESE, ENTI, ISTITUZIONI

DIPARTIMENTO DI MANAGEMENT & BUSINESSES

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **Strumenti e risorse** **X Comunità, società civile e territorio** **Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: **TERZA MISSIONE – ACCORDI CON IMPRESE, ENTI, ISTITUZIONI** **DIPARTIMENTO DI MANAGEMENT & BUSINESSES**				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
OB.1 – Costruire un forte network di partnership con imprese, enti, istituzioni	N. di Convenzioni quadro stipulate	n.a.	10	8
	N. di numero di docenti promotori delle Convenzioni quadro	n.a.	5	5
	N. piani esecutivi per collaborazioni relative all'ambito della Didattica	n.a.	5	18
	N. piani esecutivi per collaborazioni relative all'ambito della Ricerca	n.a.	3	15
	N. piani esecutivi per collaborazioni relative all'ambito della Terza Missione	n.a.	1	3
	N. piani esecutivi per collaborazioni nell'ambito del placement	n.a.	2	3
Note				
Il progetto, avviato a Marzo 2023, nel corso dell'anno in oggetto ha prodotto primi risultati molto soddisfacenti con 33 convenzioni stipulate, di cui: - 8 accordi quadro; - 25 accordi specifici (piani esecutivi). N.B. Si segnala che alcuni piani esecutivi (accordi specifici) hanno previsto la combinazione di attività su più ambiti di collaborazione (didattica, ricerca, terza missione e placement). In questi casi, il conteggio è stato condotto su ciascun ambito.				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **Strumenti e risorse** **X Comunità, società civile e territorio** **Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: **TERZA MISSIONE – ACCORDI CON IMPRESE, ENTI, ISTITUZIONI** **DIPARTIMENTO DI MANAGEMENT & BUSINESSES**				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
OB.1 – Costruire un forte network di partnership con imprese, enti, istituzioni	N. di Convenzioni quadro stipulate	n.a.	10	3
	N. di numero di docenti promotori delle Convenzioni quadro	n.a.	10	2
	N. piani esecutivi per collaborazioni relative all'ambito della Didattica	n.a.	5	38
	N. piani esecutivi per collaborazioni relative all'ambito della Ricerca	n.a.	3	9
	N. piani esecutivi per collaborazioni relative all'ambito della Terza Missione	n.a.	1	3
	N. piani esecutivi per collaborazioni nell'ambito del placement	n.a.	2	2
Note				
Nel corso del 2024, sono state siglate 47 Convenzioni, di cui: 4 Accordi quadro e 43 Accordi specifici (piani esecutivi). Nel biennio 2023-2024 sono stati formalizzati in totale 80 Accordi, di cui: - 12 Convenzioni quadro; - 67 accordi specifici (piani esecutivi), tra ricerca, didattica, terza missione, placement. Complessivamente, i docenti promotori di questi accordi sono stati 21. Si ritiene che l'obiettivo di costruire un forte network di partnership con imprese, enti e istituzioni sia stato ampiamente superato.				

COMUNICAZIONE

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **X Strumenti e risorse** **X Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: COMUNICAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
OB. 1 Migliorare la comunicazione verso gli studenti	Sito di Dipartimento: visit, unique visitor, tempo di permanenza	n.a.	+20%	n/a
OB. 2 Costruire l'immagine e il posizionamento del Dip.to Migliorare la comunicazione verso tutti gli stakeholders	Definizione Missione e Visione del Dipartimento	No	Si	n/a
	Definizione del Posizionamento obiettivo del Dipartimento	No	Si	
	Sito di Dipartimento: visit, unique visitor, tempo di permanenza	n.a.	+10%	
	Newsletter di Dipartimento: attivazione, num. e.mail inviate, CTR	-	4	
	Pagina linkedIn: attivazione, followers growth, numero post, engagement rate	n.a.	+10%	
OB. 3 Migliorare la comunicazione interna (Pers. Docente eTAB)	Sito di Dipartimento: visit, unique visitor, tempo permanenza	n.a.	+20%	n/a
	Condivisione in Consiglio di Dipartimento di informazioni relative a didattica, ricerca e terza missione	n.a	sì	

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **X Strumenti e risorse** **X Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: COMUNICAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
	Eventi di condivisione della Ricerca	n.a.	1	
OB. 4 Dare visibilità esterna all'attività di ricerca dei Docenti	N. articoli su riviste manageriali	n.a	3	n/a
OB. 5 Promuovere la collaborazione con imprese e organizzazioni	Sito di Dipartimento: visit, unique visitor, tempo di permanenza Pagina linkedIn: attivazione, followers growth, numero post, engagement rate Brochure digitale Eventi. Numero eventi	n.a n.a. n.a. n.a.	+20% +20% +20% 1	n/a
Note				
Il progetto "Comunicazione" ha avuto avvio a metà 2023. Pertanto, non si è ritenuto opportuno riportare dati parziali e limitati riferiti al 2023, rimandando alla scheda relativa al 2024. *In sede di rendicontazione finale verranno forniti i dati articolati per anno.*				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **X Strumenti e risorse** **X Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: COMUNICAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
OB. 1 Migliorare la comunicazione verso gli studenti	Sito di Dipartimento: visit, unique visitor, tempo di permanenza	n.a.	+30%	Raggiunto - Aggiornamento continuo delle pagine del sito di Dipartimento. Sezione didattica con collegamenti al Catalogo dei Corsi di Studio Sapienza.
OB. 2 Costruire l'immagine e il posizionamento del Dip.to Migliorare la comunicazione verso tutti gli stakeholders	Definizione Missione e Visione del Dipartimento Definizione del Posizionamento obiettivo del Dipartimento Sito di Dipartimento: visit, unique visitor, tempo di permanenza Newsletter di Dipartimento: attivazione, num. e.mail inviate, CTR Pagina linkedIn: attivazione, followers growth, numero post, engagement rate	No No n.a. - n.a.	Si Si + 20% 4 + 30%	Raggiunto - L'attività di comunicazione intrapresa nel periodo considerato ha puntato a dare visibilità alle diverse iniziative portate avanti dai Docenti del Dipartimento, con specifico riferimento alle seguenti aree: ricerca, internazionalizzazione, terza missione e territorio. In particolare, è stata delineata una procedura per la raccolta delle notizie da parte dei Docenti per la successiva pubblicazione nel sito e nella pagina Linkedin del Dipartimento. Con specifico riferimento alla pagina Linkedin, si segnala una consistente crescita dei follower nel periodo ottobre 2023-maggio 2025, che raggiungono i 15.913. Nel periodo considerato, sono stati pubblicati complessivamente 183 post.
OB. 3 Migliorare la comunicazione	Sito di Dipartimento: visit, unique visitor, tempo permanenza	n.a.	+ 30%	Quasi del tutto raggiunto – Migliorata la condivisione delle informazioni all'interno del

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **X Strumenti e risorse** **X Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: COMUNICAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
interna (Pers. Docente eTAB)	Condivisione in Consiglio di Dipartimento di informazioni relative a didattica, ricerca e terza missione Eventi di condivisione della Ricerca	n.a. n.a.	SI 1	Dipartimento, grazie all'invio di mail da parte del Direttore e alla frequenza regolare di Consigli di Dipartimento. Da implementare ulteriori giornate di condivisione della ricerca, oltre a quelle realizzate nell'ambito del Dottorato di Ricerca
OB. 4 Dare visibilità esterna all'attività di ricerca dei Docenti	N. articoli su riviste manageriali	n.a.	5	Raggiunto – L'attività di condivisione sui canali proprietari (sito e pagina Linkedin) ha portato alla pubblicazione di notizie relative ai seguenti ambiti di attività dei Docenti del Dipartimento: pubblicazioni e opportunità di pubblicazione, convegni, workshop e seminari, premi e riconoscimenti, progetti di ricerca finanziati, iniziative di didattica e di ricerca con imprese. È stata data visibilità sugli stessi canali anche alle interviste e alle pubblicazioni in contesti non accademici (manageriali) dei Docenti del Dipartimento.
OB. 5 Promuovere la collaborazione con imprese e organizzazioni	Sito di Dipartimento: visit, unique visitor, tempo di permanenza Pagina linkedIn: attivazione, followers	n.a. n.a.	+30% +30%	Parzialmente raggiunto - È stato aggiornato il sito di Dipartimento nella sezione delle collaborazioni con le imprese. La pagina Linkedin dà visibilità alle iniziative

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **X Creazione di valore pubblico** **X Strumenti e risorse** **X Comunità, società civile e territorio** **○ Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: COMUNICAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
	growth, numero post, engagement rate Brochure digitale Eventi. Numero eventi	n.a. n.a.	+30% 1	portate avanti da Docenti del Dipartimento con le imprese sia sul piano della didattica (es: testimonianze, project work), sia della ricerca. È stato impostato il layout della brochure digitale del Dipartimento, che è ancora in via di composizione sul piano dei contenuti.
Note				
Nel Piano Strategico sono stati definiti degli indicatori molto analitici che tuttavia, allo stato pratico, non è stato possibile monitorare dettagliatamente, a causa di vincoli e limitazioni legate alle risorse e competenze disponibili, nonché ad altri aspetti di natura amministrativa e organizzativa. Pertanto, il monitoraggio è stato effettuato in alcuni casi su base quantitativa, ma più in generale su base qualitativa. In linea di massima il Dipartimento ha fatto notevoli passi avanti sul piano della Comunicazione, anche se alcune azioni sono ancora in fase di completamento.				

SPAZI E ATTREZZATURE

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **Creazione di valore pubblico** **X Strumenti e risorse** **Comunità, società civile e territorio** **Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: SPAZI E ATTREZZATURE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
OB.1 Organizzazione degli spazi	Numero di spazi riorganizzati	n.a.	1	6
Note				
Numerosi sono stati gli interventi volti all'ottimizzazione degli spazi a disposizione per le attività didattiche, scientifiche e di terza missione: incremento numero postazioni in laboratorio informatico (palazzina "Merceologia"); risistemazione di due aule per attività didattiche (palazzina "Merceologia"); risistemazione di due sale per attività di ricerca (piano -1); avvio attività ristrutturazione Museo di Merceologia.				
OB.2 Finanziamenti per attrezzature	Finanziamenti per attrezzature scientifiche	n.a.	1	-
Note				
Non è stato ritenuto necessario procedere all'acquisto di "grandi attrezzature"				
OB.3 Risorse per attività didattica, ricerca e terza missione	Acquisto attrezzature	n.a.	1	16
	Acquisto software e banche dati	n.a.	>	8
Note				
Sono state acquistate attrezzature informatiche, banche dati e software per la didattica e la ricerca , in particolare notebook, pc e tablet ; banca dati AIDA .				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **Creazione di valore pubblico** **X Strumenti e risorse** **Comunità, società civile e territorio** **Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: SPAZI E ATTREZZATURE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
OB.1 Organizzazione degli spazi	Numero di spazi riorganizzati	n.a.	1	1
Note				
Numerosi sono stati gli interventi volti all'ottimizzazione degli spazi a disposizione per le attività didattiche e scientifiche: risistemazione auletta Parrillo; ristrutturazione Museo di Merceologia.				
OB.2 Finanziamenti per attrezzature	Finanziamenti per attrezzature scientifiche	n.a.	-	-
Note				
Non è stato ritenuto necessario procedere all'acquisto di "grandi attrezzature"				
OB.3 Risorse per attività didattica, ricerca e terza missione	Acquisto attrezzature	n.a.	-	12
	Acquisto software e banche dati	n.a.	>	8
Note				
Sono state acquistate attrezzature informatiche, banche dati e software per la didattica e la ricerca , in particolare banca dati AIDA e DATASTREAM.				

ORGANIZZAZIONE

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **Creazione di valore pubblico** **X Strumenti e risorse** **Comunità, società civile e territorio** **Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: ORGANIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
OB.1 Adeguamento dell'organico di Personale docente	Inserimento di nuove risorse di personale docente	n.a.	4	3
Note				
L'assegnazione di risorse per il reclutamento di personale docente viene fatta dall'Ateneo, sulla base di un insieme di indicatori legati a quota base e quota premiale. Una quota viene assegnata attraverso la Facoltà, in base al fabbisogno didattico. Il Dipartimento è impegnato da una parte nell'ottimizzazione dei risultati considerati dall'Ateneo per l'allocazione delle risorse (es. qualità della ricerca e qualità del reclutamento) e dall'altra a identificare nuove fonti di finanziamento e copertura per posizioni di Ricercatore nell'ambito di grandi progetti di ricerca finanziati. Nell'anno 2023 sono state reclutate le seguenti figure: 1 RTDB e 2 RTDA. Nel periodo, purtroppo, si è avuta anche l'uscita per decesso di 1 PA.				
OB.2 Adeguamento dell'organico di risorse di personale tecnico amministrativo	2.1 Inserimento di una unità di personale tecnico con competenze infomatiche	n.a.	Si	
	2.2 Assegnazione incarico di responsabilità del Laboratorio di Merceologia	n.a.	Si	-
	2.3. Assegnazione incarico di Responsabilità della Biblioteca	n.a.	Si	-
Note				
L'assegnazione di personale Tecnico Amministrativo viene realizzata dall'Ateneo, sulla base delle proprie politiche e disponibilità. Riguardo alla posizione 2.1 Tecnico Informatico, è stata reiterata la richiesta e l'Ateneo ha disposto che l'assegnazione verrà fatta nei primi mesi del 2024.				

Anno 2023				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **Creazione di valore pubblico** **X Strumenti e risorse** **Comunità, società civile e territorio** **Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: ORGANIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2023**	**Valore raggiunto al 31/12/2023**
Riguardo alla posizione 2.2, è stata reiterata la richiesta ma l'Ateneo ha risposto che al momento non è prevista l'assegnazione di nuove Responsabilità di Laboratorio. Riguardo alla posizione 2.3, l'Ateneo ha definito una strategia di razionalizzazione e accorpamento delle biblioteche, per cui non assegna nuove risorse alle biblioteche che restano senza organico. Nel corso del 2023 il Dipartimento ha visto la fuoriuscita della Referente per la didattica, che ha assunto l'incarico di Manager Didattico di Facoltà. La carenza di personale che si è determinata è stata colmata con molto ritardo.				
OB.3 Ottimizzazione organizzativa	Adozione di un sistema informatico di supporto ai processi amministrativi	n.a.	Si	Realizzato
Note				
E' stato acquisito e introdotto il sistema informatico X-Up, specializzato nella gestione dei Dipartimenti Universitari, con funzionalità dedicate all'automazione dei processi di acquisto, missione, gestione organi, etc.				
OB.4 Formazione del personale	4.1. Numero di attività di formazione	n.a.	3	13
	4.2 Numero di frequentanti le attività di formazione	n.a.	15	27
I corsi sono sia quelli somministrati dall'Ateneo (obbligatori/facoltativi) che quelli impartiti da enti esterni all'Ateneo.				
Note				
OB.5 Coinvolgimento sistematico delle Commissioni nell'attuazione del Piano	Avvio attività istruttoria delle commissioni sistematica	n.a.	Si	Realizzato
Note				
I lavori delle Commissioni, gruppi di lavoro dedicati a presidiare le tematiche di competenza e ad istruire eventuali problematiche a beneficio del Consiglio di Dipartimento, sono stati avviati.				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **Creazione di valore pubblico** **X Strumenti e risorse** **Comunità, società civile e territorio** **Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: ORGANIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
OB.1 Adeguamento dell'organico di Personale docente	Inserimento di nuove risorse di personale docente	n.a.	2	4
Note				
L'assegnazione di risorse per il reclutamento di personale docente viene fatta dall'Ateneo, sulla base di un insieme di indicatori legati a quota base e quota premiale. Una quota viene assegnata attraverso la Facoltà, in base al fabbisogno didattico. Il Dipartimento è impegnato da una parte nell'ottimizzazione dei risultati considerati dall'Ateneo per l'allocazione delle risorse (es. qualità della ricerca e qualità del reclutamento) e dall'altra a identificare nuove fonti di finanziamento e copertura per posizioni di Ricercatore nell'ambito di grandi progetti di ricerca finanziati. Nell'anno 2024 sono state reclutate le seguenti figure: 1 PO, 1 PA esterno, 2 PA (già RTDB), 1 RTT, 1 RTDA. Nel periodo si è avuta anche l'uscita di 1 PO per pensionamento, di 2 RTDB (chiamati come PA), di 1 RTDA per passaggio a RTT.				
OB.2 Adeguamento dell'organico di risorse di personale tecnico amministrativo	2.1 Inserimento di una unità di personale tecnico con competenze informatiche	n.a.	Si	Realizzata
Note				
L'assegnazione di personale Tecnico Amministrativo viene realizzata dall'Ateneo, sulla base delle proprie politiche e disponibilità. Riguardo alla posizione 2.1 Tecnico Informatico, è stata assegnata una risorsa nel 2024.				
OB.3 Ottimizzazione organizzativa	Adozione di un sistema informatico di supporto ai processi amministrativi	n.a.		Realizzato
Note				

Anno 2024				
AMBITO STRATEGICO (*ex Piano Strategico di Ateneo*): **Creazione di valore pubblico** **X Strumenti e risorse** **Comunità, società civile e territorio** **Responsabilità sociale**				
Linea strategica Dipartimentale: ORGANIZZAZIONE				
Obiettivi	**Indicatori**	**Valore Baseline (se presente)**	**Valore Target anno 2024**	**Valore raggiunto al 31/12/2024**
OB.4 Formazione del personale	4.1. Numero di attività di formazione	n.a.	3	11
	4.2 Numero di frequentanti le attività di formazione	n.a.	20	13
I corsi sono sia quelli somministrati dall'Ateneo (obbligatori/facoltativi) che quelli impartiti da enti esterni all'Ateneo.				
Note				
OB.5 Coinvolgimento sistematico delle Commissioni nell'attuazione del Piano	Avvio attività istruttoria delle commissioni sistematica	n.a.		Realizzato
Note				

SET INDICATORI SELEZIONATI DALL'ANVUR (anno 2022 e 2023)

Anno 2022

Indicatore	Anno 2022
Proventi da ricerche commissionate, trasferimento tecnologico e da finanziamenti competitivi rispetto ai docenti di ruolo del Dipartimento.	214.400 €
Numero di spin off universitari e di brevetti registrati e approvati presso sedi nazionali ed europee rispetto ai docenti di ruolo del Dipartimento.	1
Numero di attività di terza missione rispetto ai docenti di ruolo del Dipartimento.	3

Anno 2023

Indicatore	Anno 2023
Proventi da ricerche commissionate, trasferimento tecnologico e da finanziamenti competitivi rispetto ai docenti di ruolo del Dipartimento.	859.299 €
Numero di spin off universitari e di brevetti registrati e approvati presso sedi nazionali ed europee rispetto ai docenti di ruolo del Dipartimento.	2
Numero di attività di terza missione rispetto ai docenti di ruolo del Dipartimento.	22

COMMENTO MONITORAGGIO INTERMEDIO

Il Dipartimento di Management ha articolato il suo Piano Strategico in modo estremamente analitico e secondo un livello di dettaglio maggiore rispetto allo standard richiesto, assegnandogli un ruolo gestionale significativo.
Le aree oggetto della pianificazione – e della presente rendicontazione - sono state le seguenti:

- *Ricerca*
- *Didattica*
- *Terza Missione*
- *Formazione superiore*
- *Internazionalizzazione*
- *Comunicazione*
- *Accordi con imprese, enti, istituzioni - Dipartimento di Management & Businesses*

Inoltre, il Piano ha trattato anche gli aspetti relativi all'Organizzazione e alle risorse.
Le sezioni aggiuntive rispetto a quelle richieste sono state inserite in quanto corrispondenti a precise linee strategiche Dipartimentali: Internazionalizzazione, Rapporti con imprese-enti-istituzioni (Dipartimento di Management & Businesses), Formazione superiore, Comunicazione.
Con riferimento a queste sezioni "opzionali", in taluni limitati casi non è stato agevole raccogliere informazioni quantitative riferite agli indicatori obiettivo, per cui si è proceduto con una valutazione di tipo qualitativo. Altrettanto, in queste sezioni in alcuni limitati casi non è stato al momento possibile fornire i dati secondo la richiesta articolazione temporale, anche perché alcune azioni hanno manifestato il loro impatto solo a partire dal secondo semestre 2023. In occasione della rendicontazione finale queste limitazioni saranno superate.

Per ciò che riguarda gli indicatori ANVUR, evidenziamo che la rilevazione delle attività di Terza Missione è stata carente nell'anno 2022 e parzialmente carente nell'anno 2023. I dati riportati purtroppo sono largamente inferiori rispetto alla realtà delle iniziative realizzate. Per ovviare a questa problematica sono state attivate iniziative di formazione, informazione e di coinvolgimento, che hanno consentito di migliorare la rilevazione e rendicontazione delle attività di Terza Missione già a partire dal 2024.

Quanto alla valutazione dei risultati complessivi del Dipartimento, non si riscontrano particolari criticità e, in linea generale, gli ambiziosi obiettivi posti sono stati raggiunti/superati o sono in via di conseguimento. In ogni caso, il processo di valutazione ha consentito di mettere in evidenza alcune limitate aree di attenzione, sulle quali sono state attivate prontamente delle azioni correttive.