

Luiss

SUA-TM/IS 2020

Scheda Unica Annuale

Terza Missione e Impatto Sociale

Giugno 2021

LUISS



Sommario

Quadro I.0 – Obiettivi Strategici di Terza Missione/Impatto Sociale	3
Quadro I.3 – Attività conto Terzi	9
Quadro I.4 – Strutture di Intermediazione	16
Quadro I.5 – Gestione del Patrimonio e delle Attività Culturali	26
Quadro I.7 – Formazione Continua, Apprendimento Permanente e Didattica Aperta	29
Quadro I.8 – Public Engagement	31

I Quadri non compilati sono riferiti a campi di azione di Terza Missione non pertinenti per l'Ateneo nell'anno di rilevazione.

Quadro I.0 – Obiettivi Strategici di Terza Missione/Impatto Sociale

Ateneo

1. **La Terza Missione è presente nello statuto, nel piano strategico o in altri documenti programmatici dell'Ateneo vigenti nell'anno di rilevazione?**
 - **Piano Strategico:** sebbene non citata come “Terza Missione”, è espressa all'interno del Piano Strategico 2018-2020 nelle priorità Ricerca: “Migliorare [...] l'outreach dei risultati e l'impatto sulla produzione scientifica e sulla società civile” e Sustainable Growth: “L'obiettivo di Sustainable Growth è di contribuire alla crescita di lungo periodo dell'Ateneo, rafforzando la relazione con tutte le controparti e gli influencer rilevanti. Le linee d'azione si concentrano su tre macro-aree: rafforzamento del rapporto con le aziende, sviluppo del network Alumni, miglioramento della reputation dell'Ateneo.” (Piano Strategico Luiss 2018-2020, p. 38, 47).
 - **Bilancio integrato:** la Terza Missione è descritta nel Bilancio Integrato 2020 tra le missioni di Ateneo (p. 12) ed è inoltre relazionata alla ricognizione delle azioni di sostenibilità ispirate agli SDGs dell'Agenda ONU 2030 (p. 14).
2. **Esiste un responsabile del coordinamento delle attività di Terza Missione?** Sì, è una figura amministrativa: Direttore Research, Third Mission & Sustainability.
3. **Esistono strutture dedicate al coordinamento delle attività di Terza Missione di Ateneo?** Sì, Direzione Research, Third Mission & Sustainability istituita dal 10/12/2019 con Ordine di servizio n. 5/19 relativo all'entrata in vigore del nuovo Organigramma.

Se sì:

 - 3.a **Di quale autonomia amministrativa gode la struttura di coordinamento?** Si tratta di una struttura di staff al vertice dell'istituzione (cfr. Organigramma)
 - 3.b **Di quali strumenti si avvale la struttura di coordinamento?** Supporti informativi condivisi (banche dati imprese, utenti, etc.) CRM
 - 3.c **Indicare il numero di personale ETP (equivalente a tempo pieno) impegnato nella struttura di coordinamento:** 1
4. **Budget impegnato per la struttura di coordinamento:** ND
5. **L'Ateneo impiega giovani del Servizio Civile Nazionale in qualcuna delle attività considerate nella Terza Missione?** No

6. Complessivamente qual è il livello di priorità delle seguenti attività di valorizzazione della ricerca nell'insieme delle attività svolte dall'Ateneo?

6.a. Descrivere, inoltre, strategia, punti di forza e di debolezza

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.1 – Gestione della proprietà industriale	Non pertinente	---	---
I.2 – Imprese spin-off	Non pertinente	---	---
I.3 – Attività conto terzi	Alta	<p>Strategia: Innovare l'offerta formativa e i meccanismi di delivery digitale degli output connessi alle attività di ricerca applicata e consulenza per rafforzare l'impatto della Scuola nell'eco-sistema economico, imprenditoriale e sociale del Paese.</p> <p>Rafforzare le condizioni e i meccanismi per rendere i risultati delle attività di ricerca e consulenza della scuola utilizzabili efficacemente sia nelle attività di formazione che nella costruzione del suo posizionamento.</p> <p>Supportare lo sviluppo di un capitale relazionale per alimentare una co-produzione di conoscenza che stimoli stakeholder interni ed esterni.</p>	Il monitoraggio viene effettuato dall'Amministrazione attraverso gli strumenti di controllo di gestione.
I.4 – Strutture di Intermediazione:	Alta	<p>Strategia: valorizzazione dei rapporti tra Università, imprese e Istituzioni attraverso l'attività degli incubatori e l'integrazione organizzativa degli Uffici Career Service e Alumni per massimizzare il valore del network anche ai fini delle attività di placement. Immediata capacità di convertire al digitale le attività.</p> <p>Punti di forza: diffuso presidio geografico sia dell'Associazione Laureati Luiss, attraverso l'apertura di chapter territoriali, che degli incubatori presenti su Roma (Luiss EnLabs) e Milano (Milano Luiss Hub).</p> <p>Punti di debolezza: cultura del give-back da consolidare negli alumni.</p>	CRM, report periodici di andamento.

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.5 – Gestione del patrimonio e attività culturali	Medio-alta	<p>Strategia: decisa virata al digitale delle attività di valorizzazione in risposta all'emergenza sanitaria.</p> <p>Punti di forza: prestigioso asset socioculturale.</p> <p>Punti di debolezza: a differenza di altri progetti, il Coro Luiss non ha trovato una dimensione digitale adatta a rispondere all'emergenza e ha interrotto del tutto l'attività nel 2020.</p>	<p>Fruizione degli spazi per didattica, convegni ed eventi.</p> <p>Numero di visitatori e fruitori esterni.</p>
I.6 – Attività per la salute pubblica	Non pertinente	---	---
I.7 – Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta	Alta	<p>Strategia: a partire da marzo 2020 la Luiss Business School ha accelerato il processo di digitalizzazione della proposta formativa avviato negli anni precedenti con la produzione di format aggiuntivi per rendere l'esperienza più flessibile e personalizzata. Le principali aree di sviluppo sono state: Amministrazione Finanza e Controllo, Project Management, People Management, Logistica, Marketing & Sales, Digital Transformation/Digital skills.</p> <p>Punti di forza: applicazione della logica flex ai programmi custom; progettazione di una linea di programmi di formazione specialistico-funzionale, a livelli di approfondimento modulari; produzione dei contenuti digitali asincroni riutilizzabili cross industry; customizzazione nelle lezioni sincrone con applicazioni calate sui diversi contesti operativi specifici.</p> <p>Punti di debolezza: ridotta possibilità di networking e interazione in contesti di formazione in distance; necessità di costante innovazione di strumenti e tecniche a supporto.</p>	<p>La qualità della formazione è misurata tramite schede di valutazione qualità, la rendicontazione e l'andamento dei progetti.</p>

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.8 – Public Engagement	Alta	<p>Strategia: promuovere il dialogo tra Università e società civile contribuendo al dibattito pubblico e costruendo partnership strutturate che incidano nello sviluppo sociale.</p> <p>Punti di forza: solido e esteso network che ha permesso di rispondere all'emergenza sanitaria con un articolato piano di iniziative digitali (Luiss Social TV, Luiss.MasterClasses, Luiss.Keywords) con ampio coinvolgimento del corpo docente.</p> <p>Punti di debolezza: interruzione di alcune attività realizzabili solo in presenza.</p>	<p>Piattaforma CRM per monitoraggio degli eventi in presenza e da remoto con classificazione delle attività di public engagement.</p> <p>Report a cura dell'Ufficio Social Media & Digital Communication.</p>

- a. Ci sono altre attività di Terza Missione non incluse nell'elenco degli ambiti (cfr. tabella sopra) che l'ateneo svolge e considera di priorità alta? ---

Dipartimento di Economia e Finanza

1. La Terza Missione è presente nei documenti programmatici del dipartimento vigenti nell'anno di rilevazione? No
2. Esiste un responsabile del coordinamento delle attività di Terza Missione? Sì, è una figura accademica: Delegato alla Ricerca e Terza Missione
3. Esistono strutture/uffici dedicati alle attività di Terza Missione del dipartimento? No
4. Complessivamente qual è il livello di priorità dei seguenti ambiti di Terza Missione nell'insieme delle attività svolte dal dipartimento?
 - 4.a Descrivere, inoltre, strategia, punti di forza e di debolezza

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.1 – Gestione della proprietà industriale	Non pertinente	---	---
I.2 – Imprese spin-off	Non pertinente	---	---

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.3 – Attività conto terzi	Medio-Alta	<p>Strategia: una ricerca applicata rilevante e di impatto sui problemi reali delle imprese e delle istituzioni, che faccia leva sulle relazioni privilegiate con le comunità imprenditoriali, manageriali, professionali e dei policy maker.</p> <p>Punti di forza: i Centri di Ricerca generano un'intensa attività di ricerca commissionata sia con imprese sia con istituzioni pubbliche.</p>	<p>La riforma del 2017 ha previsto una serie di requisiti scientifici ed economici che i Centri, per la loro sussistenza, sono tenuti a rispettare in termini di componenti, output scientifico (pubblicazioni) e commesse. Il monitoraggio viene costantemente effettuato dall'Ufficio Ricerca e condiviso annualmente con i Direttori dei Centri stessi. Nel 2020 è stato implementato su piattaforma CRM il modulo Progetto di Ricerca che registra e classifica anche progettualità in ambito di ricerca commissionata ai Centri di Ricerca.</p>
I.4 – Strutture di Intermediazione:	Non pertinente		
I.5 – Gestione del patrimonio e attività culturali	Non pertinente		
I.6 – Attività per la salute pubblica	Non pertinente		
I.7 – Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta	Non pertinente		
I.8 – Public Engagement	Medio-bassa	<p>Punti di forza: Le attività di public engagement sono realizzate principalmente attraverso incontri ed eventi di divulgazione aperti al pubblico non universitario e promossi sul sito di Dipartimento., al fine di consolidare un ampio network extra-accademico. Nel corso del 2020, a causa della pandemia di Covid 19, queste iniziative sono state tenute in modalità “da remoto”.</p> <p>Punti di debolezza: assenza di indicatori specifici per la valutazione dell'impatto del PE.</p>	<p>Piattaforma CRM per monitoraggio contatti aziendali, attività ed eventi con classificazione degli eventi di public engagement.</p>

4.b Ci sono altre attività di Terza Missione non incluse nell'elenco degli ambiti (cfr. tabella sopra) che il dipartimento svolge e considera di priorità alta? No

Dipartimento di Impresa e Management

1. La Terza Missione è presente nei documenti programmatici del dipartimento vigenti nell'anno di rilevazione? No, ma a dicembre del 2020 è stato redatto dal Gruppo di Riesame un documento relativo alla programmazione delle attività di ricerca del Dipartimento per il quadriennio 2021-2024 basato sul

nuovo Piano Strategico di Ateneo, che contempla una serie di indicazioni anche in ordine alla Terza Missione. Il documento è stato discusso e approvato dal Consiglio.

Evidenze documentali:

“Documento di Programmazione Obiettivi Strategici 2021-2024 del Dipartimento di Impresa e Management”;

Verbale della riunione del 03/12/2020 del Gruppo di Riesame della Ricerca e Terza Missione;

Verbale n. 133 del Consiglio di Dipartimento del 15/12/2021.

2. **Esiste un responsabile del coordinamento delle attività di Terza Missione?** Sì, è una figura accademica: Delegato alla Ricerca e Terza Missione.
3. **Esistono strutture/uffici dedicati alle attività di Terza Missione del dipartimento?** No.
4. **Complessivamente qual è il livello di priorità dei seguenti ambiti di Terza Missione nell'insieme delle attività svolte dal dipartimento?**

4.a **Descrivere, inoltre, strategia, punti di forza e di debolezza**

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.1 – Gestione della proprietà industriale	Non pertinente	---	---
I.2 – Imprese spin-off	Non pertinente	---	---
I.3 – Attività conto terzi	Medio-alta	<p>Strategia: una ricerca applicata rilevante e di impatto sui problemi reali delle imprese e delle istituzioni, che faccia leva sulle relazioni privilegiate con le comunità imprenditoriali, manageriali, professionali e dei policy maker.</p> <p>Punti di forza: i Centri di Ricerca generano un'intensa attività di ricerca commissionata sia con imprese sia con istituzioni pubbliche.</p>	<p>La riforma del 2017 ha previsto una serie di requisiti scientifici ed economici che i Centri, per la loro sussistenza, sono tenuti a rispettare in termini di componenti, output scientifico (pubblicazioni) e commesse. Il monitoraggio viene costantemente effettuato dall'Ufficio Ricerca e condiviso annualmente con i Direttori dei Centri stessi. Nel 2020 è stato implementato su piattaforma CRM il modulo Progetto di Ricerca che registra e classifica anche progettualità in ambito di ricerca commissionata ai Centri di Ricerca.</p>
I.4 – Strutture di Intermediazione:	Non pertinente		
I.5 – Gestione del patrimonio e attività culturali	Non pertinente		
I.6 – Attività per la salute pubblica	Non pertinente		
I.7 – Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta	Non pertinente		

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.8 – Public Engagement	Medio-alta	<p>Strategia: stimolare le pubblicazioni divulgative e in generale la diffusione dei risultati della ricerca nella società, con particolare riguardo nel 2020 alle iniziative da svolgere in modalità virtuale.</p> <p>Punti di forza: molteplicità di iniziative e coinvolgimento di un pubblico ampio; capacità di adattarsi rapidamente ai cambiamenti imposti dalla pandemia di Covid-19 trasformando le iniziative di divulgazione in eventi virtuali e fornendo un contributo significativo a quelle promosse dall'Ateneo.</p> <p>Punti di debolezza: limitata sistematizzazione e monitoraggio delle iniziative; necessaria riduzione nel 2020 delle iniziative in presenza in aderenza alle misure previste per il contenimento dell'emergenza sanitaria.</p>	Piattaforma CRM per monitoraggio contatti aziendali, attività ed eventi con classificazione degli eventi di public engagement.

4.b Ci sono altre attività di Terza Missione non incluse nell'elenco degli ambiti (cfr. tabella sopra) che il dipartimento svolge e considera di priorità alta? No

Dipartimento di Giurisprudenza

- 1. La Terza Missione è presente nei documenti programmatici del dipartimento vigenti nell'anno di rilevazione?** No, ma a dicembre del 2020 è stato redatto dal Gruppo di Riesame il documento recante la "Programmazione delle attività di ricerca – anno 2021" che contempla una serie di indicazioni anche in ordine alla Terza Missione tra cui "la previsione di interventi ulteriori per accrescere la visibilità e riconoscibilità delle attività di Terza Missione realizzate dal Dipartimento" e l'obiettivo relativo al "Potenziamento comunicazione della ricerca all'interno e all'esterno dell'Ateneo". Il documento è stato approvato dopo ampia discussione dal Consiglio.
Evidenze documentali:
Verbale della riunione del 30/11/2020 del Gruppo di Riesame della Ricerca e Terza Missione.
Verbale n. 133 del Consiglio di Dipartimento del 19/01/2021.
- 2. Esiste un responsabile del coordinamento delle attività di Terza Missione?** Sì, è una figura accademica: si tratta del Delegato alla Ricerca e Terza Missione.
- 3. Esistono strutture/uffici dedicati alle attività di Terza Missione del dipartimento?** No.

4. Complessivamente qual è il livello di priorità dei seguenti ambiti di Terza Missione nell'insieme delle attività svolte dal dipartimento?

4.a Descrivere, inoltre, strategia, punti di forza e di debolezza

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.1 – Gestione della proprietà industriale	Non pertinente	---	---
I.2 – Imprese spin-off	Non pertinente	---	---
I.3 – Attività conto terzi	Alta	<p>Sono proseguite svariate attività di ricerca applicata. In particolare, attraverso il Centro Luiss Dream, sono state condotte attività di ricerca e consulenza in vari ambiti della cornice di ricerca 'Regole e giustizia'. Il Centro di ricerca è stato ulteriormente rafforzato attraverso il maggior coinvolgimento dei dottorandi nelle attività realizzate. Si proseguirà in tale direzione, con l'obiettivo di una ulteriore crescita e implementazione a cui contribuisce anche la rivista online del Centro, LUISS Law Review (LLR), classificata nel 2020 dall'ANVUR come rivista scientifica per l'Area 12 (Scienze giuridiche) ai fini dell'Abilitazione Scientifica Nazionale e dell'accreditamento dei corsi di dottorato di ricerca.</p> <p>Nel corso dell'anno sono proseguite, inoltre, le forme di collaborazione con il Laboratorio BILL, anche attraverso il coinvolgimento di dottorandi e assegnisti del Dipartimento.</p>	<p>La riforma del 2017 ha previsto una serie di requisiti che i Centri sono tenuti a rispettare in termini di numero di membri, output scientifico (pubblicazioni) e commesse. Il monitoraggio viene effettuato due volte all'anno a cura dell'Ufficio Ricerca.</p> <p>Per i Centri di ricerca, è prevista una relazione annuale sull'andamento delle attività.</p>
I.4 – Strutture di Intermediazione:	Non pertinente	---	---
I.5 – Gestione del patrimonio e attività culturali	Non pertinente	---	---
I.6 – Attività per la salute pubblica	Non pertinente	---	---
I.7 – Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta	Non pertinente	---	---

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.8 – Public Engagement	Alta	<p>Tra gli obiettivi di Ateneo previsti dal Piano Strategico 2018-2020 si è posto l'accento sull'outreach dei risultati di ricerca sul contesto sociale di riferimento.</p> <p>Il Dipartimento ha inteso focalizzare ulteriormente la propria programmazione su attività di public engagement nelle più diverse forme: eventi aperti al pubblico, percorsi con le scuole, iniziative di democrazia partecipativa, con una forte virata al digitale dettata dall'emergenza sanitaria.</p> <p>Nel 2020 è proseguito l'intento di una centralizzazione delle iniziative relative alla Ricerca e Terza Missione, con più efficace comunicazione delle stesse (es. Newsletter della ricerca), nonché in direzione dell'implementazione di procedure, parimenti centralizzate, di comunicazione degli eventi di interesse scientifico e culturale dell'Ateneo.</p> <p>È stata inoltre rafforzata la partecipazione del Dipartimento alle pubblicazioni su LUISS Open, con una consistente crescita del numero di scritti pubblicati sul magazine (da 5 nel 2019 a 47 nel 2020) e conseguente maggiore diffusione delle attività di ricerca svolte.</p> <p>Prosegue il monitoraggio annuale delle attività di Terza Missione, volto a raccogliere le iniziative poste in essere dal Dipartimento in tale direzione.</p> <p>Si prevedono, infine, interventi ulteriori per accrescere la visibilità e riconoscibilità delle attività realizzate dal Dipartimento.</p>	Piattaforma CRM per monitoraggio contatti aziendali, attività ed eventi con classificazione degli eventi di public engagement.

4.b Ci sono altre attività di Terza Missione non incluse nell'elenco degli ambiti (cfr. tabella sopra) che il dipartimento svolge e considera di priorità alta? Il Dipartimento intende puntare con decisione sull'attivazione dello Sportello Legale, che consentirà una sempre maggiore apertura verso il territorio (si stanno mettendo in atto le condizioni per poter avviare l'iniziativa nell'aprile 2022).

Dipartimento di Scienze Politiche

1. La Terza Missione è presente nei documenti programmatici del dipartimento vigenti nell'anno di rilevazione? No.
2. Esiste un responsabile del coordinamento delle attività di Terza Missione? Sì, è una figura accademica: Delegato alla Ricerca e della Terza Missione.
3. Esistono strutture/uffici dedicati alle attività di Terza Missione del dipartimento? No.
4. Complessivamente qual è il livello di priorità dei seguenti ambiti di Terza Missione nell'insieme delle attività svolte dal dipartimento?

4.a Descrivere, inoltre, strategia, punti di forza e di debolezza

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.1 – Gestione della proprietà industriale	Non pertinente	---	---
I.2 – Imprese spin-off	Non pertinente	---	---
I.3 – Attività conto terzi	Alta	<p>Strategia: Coniugare il rigore della ricerca scientifica con la rilevanza dei temi trattati per le imprese e le istituzioni. Beneficiare delle interazioni tra i Centri di Ricerca del Dipartimento, le imprese e i policy maker al fine di potenziare l'impatto della ricerca sulla società.</p> <p>Punti di forza: I Centri di Ricerca generano un'intensa attività di ricerca commissionata sia con imprese sia con istituzioni pubbliche.</p> <p>Punti di debolezza: Debole sfruttamento delle sinergie tra diversi Centri di Ricerca. L'introduzione dei cluster of excellence permetterà nel 2021 di sviluppare maggiori sinergie tra i Centri e le aree di ricerca.</p>	<p>La riforma del 2017 ha previsto una serie di requisiti scientifici ed economici che i Centri, per la loro sussistenza, sono tenuti a rispettare in termini di componenti, output scientifico (pubblicazioni) e commesse. Il monitoraggio viene costantemente effettuato dall'Ufficio Ricerca e condiviso annualmente con i Direttori dei Centri stessi. Nel 2020 è stato implementato su piattaforma CRM il modulo Progetto di Ricerca che registra e classifica anche progettualità in ambito di ricerca commissionata ai Centri di Ricerca.</p>
I.4 – Strutture di Intermediazione	Non pertinente	---	---
I.5 – Gestione del patrimonio e attività culturali	Non pertinente	---	---
I.6 – Attività per la salute pubblica	Non pertinente	---	---
I.7 – Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta	Non pertinente	---	---

Ambiti/Quadri	Bassa/Medio-bassa/Medio-alta/Alta/Non pertinente	Strategia e principali punti di forza e debolezza	Strumenti di monitoraggio (rendicontazione, andamento annuale di progetti realizzati, contratti stipulati, ...)
I.8 – Public Engagement	Alta	<p>Strategia: Organizzazione di iniziative su temi che riguardano da vicino la società, che coinvolgono anche docenti di altri Dipartimenti e che hanno ampia risonanza mediatica (es. USA2020). In risposta all'emergenza Covid-19, le iniziative si sono svolte prevalentemente in modalità digitale. Ampio utilizzo di Luiss Open per la divulgazione delle attività di ricerca (nel 2020, 95 pubblicazioni sulle 218 totali dei Dipartimenti nel magazine). Presenza regolare e importante dei docenti sui mass media.</p> <p>Punti di forza: Gli ambiti di studio del Dipartimento hanno per loro natura un impatto sulla popolazione esterna. Forte collaborazione con Press Office e Luiss University Press. Ampia rete di contatti internazionali, che favorisce l'organizzazione di eventi che danno forte visibilità al Dipartimento e all'Ateneo.</p> <p>Punti di debolezza: Limitata sistematizzazione e monitoraggio delle iniziative. Nel 2021 verrà acquisita una risorsa amministrativa dedicata al supporto delle attività di ricerca e Terza Missione del Dipartimento; la risorsa effettuerà il monitoraggio della partecipazione ad eventi e delle pubblicazioni di carattere divulgativo dei docenti e gestirà le attività social del Dipartimento.</p>	Piattaforma CRM per monitoraggio contatti aziendali, attività ed eventi con classificazione degli eventi di public engagement.

4.b Ci sono altre attività di Terza Missione non incluse nell'elenco degli ambiti (cfr. tabella sopra) che il dipartimento svolge e considera di priorità alta? No.

Quadro I.3 – Attività conto Terzi

Ateneo

1. Come è composto il conto terzi insito nella scheda di Ateneo?

- **Quota degli importi derivanti dai contratti realizzati direttamente da amministrazione centrale (ad es. ufficio ricerca o TTO), pari a (indicare percentuale):** 83% Ateneo e Schools, 17% Dipartimenti e Centri di Ricerca
- **Quota degli importi prelevati dai contratti realizzati dai docenti dei Dipartimenti, pari a (indicare percentuale):** Il margine lasciato a Luiss su ciascuna commessa varia in base al centro di costo su cui grava: 5% sotto il Dipartimento; 30%-25%-20% sotto i Centri di Ricerca
- **Altro, specificare: ---**

2. Vi è una percentuale fissa di prelevamento dai contratti dei docenti? No

3. Vi sono limiti massimi all'ammontare dei contratti conto terzi che i docenti possono realizzare? No

4. L'Ateneo raccoglie in maniera sistematica dati e informazioni sui singoli contratti conto terzi del Dipartimento (oggetto del contratto, *principal investigator*, SSD del PI...)? Sì, attraverso il modulo Progetto di Ricerca sviluppato nel CRM.

5. Allegare documento di Ateneo sulla disciplina del conto terzi.

- “Regolamento Centri di Ricerca - 2016”
- “Nuovi requisiti Centri di Ricerca - 2017”

Ateneo e Schools

[omissis]

Dipartimento di Economia e Finanza

[omissis]

Dipartimento di Impresa e Management

[omissis]

Dipartimento di Giurisprudenza

[omissis]

Dipartimento di Scienze Politiche

[omissis]

Quadro I.4 – Strutture di Intermediazione

I.4.a – Sezione generale

1. Quale struttura interna si occupa delle seguenti attività di Terza Missione per l'istituzione? (indicare una risposta solo per le attività effettivamente svolte)

Struttura Interna	Attività				
	Proprietà industriale	Imprese spin-off	Placement	Ricerca industriale	Progettazione, marketing e networking
Ufficio Trasferimento Tecnologico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altro ufficio dedicato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Altro ufficio, dedicato principalmente ad altre attività	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nessuna struttura interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Quale struttura esterna si occupa delle seguenti attività di Terza Missione per l'istituzione? (indicare una risposta solo per le attività effettivamente svolte)

Struttura Esterna	Attività				
	Proprietà industriale	Imprese spin-off	Placement	Ricerca industriale	Progettazione, marketing e networking
Incubatore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parco scientifico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agenzia di sviluppo locale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altra struttura esterna (Se sì) specificare:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nessuna struttura esterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Ulteriori informazioni, altre attività e strutture: ---

I.4.c – Uffici di Placement

a. Career Service

Denominazione: Career Service

Anno di inizio attività: 1997

Budget impegnato per la gestione dell'attività nell'anno: [omissis]

Numero di addetti ETP dedicati al placement: 12 (di cui 4 consulenti)

L'ufficio organizza attività di formazione e aggiornamento per il proprio personale ETP? Sì

L'ufficio dispone di un database di imprese e organizzazioni interessate a partecipare a iniziative di politica attiva per il lavoro (tirocini, apprendistati, ecc.)? Sì, Career Center e CRM.

Numero di imprese, istituzioni pubbliche, organizzazioni del terzo settore che nell'anno solare di riferimento hanno una convenzione attiva con l'Ateneo per finalità di stage e placement: 484 convenzioni quadro attive (di cui 34 attivate nel 2020) > +7,5% rispetto al 2019

Numero di offerte di stage e di lavoro pubblicate: 2.774 > -48,5% rispetto al 2019

L'ufficio effettua una rilevazione diretta di informazioni sui fabbisogni professionali delle imprese situate nel bacino di riferimento dell'ateneo, anche attraverso incontri presso l'università e/o le aziende o altri enti? Sì, vengono effettuate attività di follow up via mail, incontri periodici di persona o via call con le aziende di riferimento per analizzare il fabbisogno di nuovi candidati e competenze così come per effettuare un follow-up sulle precedenti attività e inserimenti di studenti e laureati.

L'Ateneo pone inoltre una particolare attenzione al miglioramento continuo dell'offerta formativa anche in rapporto ai fabbisogni professionali delle imprese, attraverso il collegamento tra gli obiettivi della formazione universitaria e le indicazioni provenienti dal mondo del lavoro. A tale scopo sono stati introdotti i **Comitati di Indirizzo** e i **Corporate Panel**, due organi che includono componenti esterni alla realtà accademica.

Il **Comitato di Indirizzo del Corso di Studio** svolge un ruolo di indirizzo nella "manutenzione" continua del progetto formativo. La costituzione del Comitato consente una interlocuzione stabile con i soggetti interessati al Corso di Studio (CdS) al fine di monitorare con periodicità sia la rispondenza del percorso formativo alle esigenze di formazione rappresentate dalle parti interessate, sia quella dell'apprendimento degli studenti ai profili professionali richiesti dal mondo del lavoro. Il Comitato si riunisce circa due volte l'anno e analizza la struttura formativa del Corso di Studio e l'adeguatezza rispetto ai profili e ai contenuti che l'esperienza dei componenti del Comitato suggerisce come competitivi e necessari.

Il **Corporate Panel** si pone l'obiettivo di valorizzare gli indirizzi strategici dell'Ateneo e di garantire un'offerta accademica in linea con le esigenze legate all'evoluzione delle diverse industry. L'idea è quella di approfondire e comprendere le evoluzioni del mercato del lavoro per preparare al meglio gli

studenti. Gli incontri vengono organizzati con cadenza annuale su diverse aree tematiche (Management, Marketing, Finance, Digital, HR, Giurisprudenza, Scienze politiche).

L'ufficio organizza incontri di presentazione aziendale (Career, Recruitment e Testimonial Day, ecc.) per far conoscere concretamente i diversi ambiti professionali e lavorativi richiesti? Sì; i principali Career Fair realizzate nel 2020:

- Career Day for Social Impact Organizations
- Virtual Career Day for Consulting
- Virtual Career Day
- Career BootCamp
- Virtual Investment Banking Days
- Virtual Legal Week Speed Interview

Sito web: <https://www.luiss.it/career-services>

Dipartimenti coinvolti: Dipartimento di Economia e Finanza, Dipartimento di Impresa e Management, Dipartimento di Giurisprudenza, Dipartimento di Scienze Politiche

Descrizione:

1. Misure 2020 per emergenza sanitaria

- Progettazione della nuova versione del CareerGo erogata totalmente in formato digitale per fornire tools di employability all'interno della Freshers' Week.
- Messa in esercizio della piattaforma digitale per la gestione del workflow amministrativo dei tirocini curriculari a partire da maggio 2020. Sono stati attivati ad oggi un totale di 1591 tirocini curriculari (periodo maggio/dicembre 2020). È inoltre ad oggi in corso di finalizzazione l'integrazione della piattaforma con il CRM Luiss (sono già recepiti i dati degli employer, mentre è in sviluppo la ricezione dei dati relativi ai tirocini degli studenti).
- Intensificati gli appuntamenti individuali virtuali di Career Guidance, relativi alla preparazione di cv/cover letter e all'orientamento professionale.
- Progettazione di un percorso di formazione in formato digitale – Employability Skills Course – su tools di employability per gli studenti triennali che necessitano dei CFU del tirocinio.
- Progettazione del Virtual Internship, una innovativa opportunità di formazione esperienziale dedicata ai laureandi e agli studenti dell'ultimo anno di tutti i corsi di laurea magistrale e a ciclo unico. Il Virtual Internship è svolto da un team di studenti Luiss in sinergia con un top employer e la faculty, e può essere svolto in sostituzione del tirocinio curriculare.
- Riprogettazione di tutti gli eventi – realizzati digitalmente – legati alla formazione, all'orientamento professionale e al reclutamento, con format specifici e differenziati in relazione a target e obiettivi.

2. Dati statistici

- CareerGO: n. 1.210 studenti partecipanti.
- Tirocini attivati e contratti di lavoro offerti a studenti e laureati: n. 3.095, di cui n. 217 attivati all'estero.
- Eventi virtuali: n. 80 (webinar di reclutamento e di orientamento professionale – Format: DiscoverTopCareer, ConversationsOnLeadership, ExploreYourCareer, VirtualRecruitingDay).
- Career Fair: n. 6 (di cui 2 in presenza e 4 in digitale)
- Employer registrati nella piattaforma Career Center: n. 1.328
- Incontri di Career Guidance: n. 2.000
- Employability Skills Course: le due edizioni del progetto - svolte nei mesi di giugno e settembre del 2020 - hanno visto la partecipazione di circa 90 studenti.
- Virtual Internship: le prime tre edizioni hanno visto la partecipazione di circa 300 studenti e 60 employer e 35 docenti.

3. Analisi dei KPI

KPI di pertinenza diretta:

Area impatto prevalente: Didattica ed Experience

- a. KPI 14a – N. studenti che hanno svolto stage/tirocinio prima del conseguimento del titolo (su anno precedente)
 - 2020 (DIM): target 1.540, realizzato 1.302
 - 2020 (DEF): target 165, realizzato 120
 - 2020 (DSP): target 412, realizzato 424
 - 2020 (DGP): target 308, realizzato 340
- b. KPI 14 - % studenti che hanno svolto stage/tirocinio prima del conseguimento del titolo (anno precedente/iscritti 1° anno)
 - 2020: target 96,3, realizzato 70,2
- c. KPI 12 – N. di tirocini svolti da studenti su progetti di sostenibilità/CSR
 - 2020: realizzato 11 (nuovo indicatore introdotto nel 2020, target non fissato)

KPI trasversali:

Area impatto prevalente: Didattica ed Experience

- a. KPI 16! – Laureati/Masterizzati che lavorano a un anno dal titolo (%)
 - 2020: target 91, realizzato 92,3

Area impatto prevalente: Sustainable growth

- a. KPI 22 – Indicatore QS Employer Reputation
 - 2020 (DIM): target 67, realizzato 67,2
 - 2020 (DEF): target 72, realizzato 69,3
 - 2020 (DSP): target 78, realizzato 74,6
 - 2020 (DGP): target 72, realizzato 68,1

Area impatto prevalente: Global Engagement

- a. KPI 49! – Posizionamento QS
 - 2020 (DIM): target 150, realizzato 200; posizionamento 2021: 105
 - 2020 (DEF): target 250, realizzato 300; posizionamento 2021: 250

- 2020 (DSP): target 100, realizzato 100; posizionamento 2021: 48
 2020 (DGP): target 200, realizzato 200; posizionamento 2021: 150
- b. KPI 50 – Indicatore posizionamento FT
 2020: target 84, realizzato 83

b. Career Service – Luiss Business School

Denominazione: Career Service - Luiss Business School

Anno di inizio attività: 1998

Budget impegnato per la gestione dell'attività nell'anno: [omissis]

Numero di addetti ETP dedicati al placement: 6 (di cui 2 collaboratori)

L'ufficio organizza attività di formazione e aggiornamento per il proprio personale ETP? Sì

L'ufficio dispone di un database di imprese e organizzazioni interessate a partecipare a iniziative di politica attiva per il lavoro (tirocini, apprendistati, ecc.)? Sì, il CRM.

Numero di imprese, istituzioni pubbliche, organizzazioni del terzo settore che nell'anno solare di riferimento hanno una convenzione attiva con l'Ateneo per finalità di stage e placement: 290

Numero di offerte di stage e di lavoro pubblicate: 130

L'ufficio effettua una rilevazione diretta di informazioni sui fabbisogni professionali delle imprese situate nel bacino di riferimento dell'ateneo, anche attraverso incontri presso l'università e/o le aziende o altri enti? Sì

L'ufficio organizza incontri di presentazione aziendale (Career, Recruitment e Testimonial Day, ecc.) per far conoscere concretamente i diversi ambiti professionali e lavorativi richiesti? Sì

Sito web: <https://businessschool.luiss.it/offerta-formativa/master/career-service/>

Dipartimenti coinvolti: Luiss Business School – legame funzionale non gerarchico con Dipartimento di Impresa e Management

Descrizione: Gli allievi MBA e Master hanno un ufficio Career Service totalmente dedicato, che offre: Counseling individuale, con focus mirato su preparazione di CV e lettera di presentazione e negoziazione del contratto; Simulazioni di colloqui di lavoro, organizzate per acquisire familiarità con i colloqui e consapevolezza delle proprie potenzialità; Ecareer book, che raccoglie tutti i curricula degli studenti in una piattaforma online disponibile ad aziende e istituzioni per la ricerca di figure professionali; Laboratorio di Coaching e Soft skills, che consente allo studente di comprendere quali competenze esprime attraverso i suoi comportamenti e di individuare le aree di forza e le aree di attenzione in modo da massimizzare la sua efficacia in un contesto lavorativo; Presentazioni aziendali/Career Day per far mettere in contatto diretto studenti e aziende; Field Project, che rappresenta un'opportunità per gli studenti per mettere in pratica le competenze acquisite durante il corso ed è parte essenziale del programma formativo (Project work in azienda: gli allievi vengono seguiti da un tutor aziendale nello svolgimento di task relativi a specifici ambiti di business; Progetto

imprenditoriale: sviluppo delle loro idee di business con la creazione di un business plan; Progetto di ricerca: sviluppo di un progetto di ricerca su argomenti concordati con i docenti). È di responsabilità dell'ufficio Career Service anche il processo di raccolta dei dati di placement, nonché il monitoraggio degli stessi, in ottica di costante miglioramento delle performance.

La missione del Career Service è quella di accompagnare gli allievi nella definizione delle strategie di carriera e favorire l'incontro tra studenti e aziende, in un'ottica sempre più internazionale. Per monitorare i percorsi professionali degli allievi dopo il Master, viene erogata annualmente una survey dedicata.

Il 2020 è stato un anno particolarmente sfidante per le attività di placement, perché il mercato del lavoro ha subito una forte contrazione a causa della pandemia. Durante i mesi di lockdown, tutte le attività del Career Service sono state traslate in formato digitale – i colloqui individuali, i workshop relativi al Coaching & Soft Skill Lab, le corporate presentation, l'MBA Career Day e tutti i processi di assessment si sono svolti online, con ottimi risultati. Dall'ultimo trimestre del 2020 si è registrato un graduale miglioramento del mercato in termini di posizioni aperte, sia di stage che tramite altre forme di collaborazione.

I.4.d – Incubatori

a. Luiss EnLabs

Nome dell'incubatore: Luiss EnLabs

Ragione sociale dell'ente gestore: LVenture Group Spa

Codice Fiscale/Partita Iva: 81020000022/01932500026

Sito web: www.luissenlabs.com, www.lventuregroup.com

Anno di inizio della partecipazione o di formalizzazione della collaborazione: 2013

Tipo di collaborazione: Partnership

Budget impegnato per la gestione dell'attività nell'anno: ND

Numero di addetti ETP dedicati all'incubatore: 0

Numero di imprese incubate dall'inizio del rapporto con l'Ateneo: 91

Numero di imprese incubate al 31/12: 15

Fatturato complessivo delle imprese incubate al 31/12 (euro): ND

Numero di addetti ETP delle imprese incubate al 31/12: ND

Descrizione: LVenture Group è la holding di partecipazioni quotata sul Mercato telematico azionario di Borsa Italiana, che opera a livello nazionale ed internazionale nel settore del Venture Capital. LVenture Group investe in startup digitali attraverso il suo acceleratore denominato Luiss EnLabs, nato da una joint venture con l'Università Luiss Guido Carli. Luiss EnLabs opera nelle sedi di Roma,

in uno spazio di oltre 5.000 mq dislocato nell'ala storica della Stazione Termini, e di Milano presso il Milano Luiss Hub inaugurato nel novembre del 2017.

Le 15 start up accelerate nel 2020 si collocano geograficamente per il 67% al Nord, per il 27% al Centro e per il 6% nelle Isole; nessuna al Sud. Più della metà ricadono nella classificazione Ateco 62 - *Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse*.

Nessuna registra la partecipazione di alumni Luiss, parallelamente coinvolti nel progetto LA4G, tuttavia tra le start up precedentemente accelerate e ancora in attività nel 2020, 7 vedono il coinvolgimento di 11 laureati Luiss. In risposta all'emergenza sanitaria del Covid-19, il programma di accelerazione Luiss EnLabs e del Demo Day sono stati rimodulati in digitale.

b. LA4G – Luiss Alumni 4 Growth

Nome dell'incubatore: Luiss Alumni 4 Growth

Ragione sociale dell'ente gestore: LUISS ALUMNI 4 GROWTH S.R.L.

Codice Fiscale/Partita Iva: 10699531009

Sito web: <http://www.luissalumni4growth.it/>

Anno di inizio della partecipazione o di formalizzazione della collaborazione: 2019

Tipo di collaborazione: Società partecipata al 100% da Luiss

Budget impegnato per la gestione dell'attività nell'anno: ND

Numero di addetti ETP dedicati all'incubatore: ND

Numero di imprese incubate dall'inizio del rapporto con l'Ateneo: 5

Numero di imprese incubate al 31/12: 2

Fatturato complessivo delle imprese incubate al 31/12 (euro): ND

Numero di addetti ETP delle imprese incubate al 31/12: ND

Descrizione: In linea con le più importanti e innovative Università del mondo e le loro associazioni di Alumni, LA4G è attiva nella promozione e nella gestione di un investment club per sostenere finanziariamente startup Luiss-related.

La Luiss, attraverso LA4G, vuole consolidare e sviluppare la sua leadership sulla start-up entrepreneurship, colmando un vuoto nella finanza per l'innovazione – nella fase post-seed e pre-venture, grazie alla sua una rete unica di Alumni di successo professionale e imprenditoriale.

Il Club promuove da quattro a sei investimenti annui su startup Luiss-related: sono Luiss-related le startup fondate o cofondate da laureati Luiss; incubate/accelerate in strutture collegate alla Luiss (e.g. LuissEnLabs, Milano Luiss HUB, Pcampus etc.) o gestite da laureati Luiss; «investite» in fase micro-seed e seed da «angeli» Luiss. Al 2020 sono 26 gli Alumni coinvolti.

I.4.e – Consorzi e Associazioni per la Terza Missione

a. Associazione Laureati Luiss - ALL

Ragione sociale: Associazione Laureati Luiss - ALL

Codice Fiscale/Partita Iva: 08282031007

Sito web: www.laureatiluiss.it

Anno di inizio partecipazione: 1986

Eventuali Dipartimenti coinvolti: Dipartimento di Economia e Finanza, Dipartimento di Impresa e Management, Dipartimento di Giurisprudenza, Dipartimento di Scienze Politiche

Finalità prevalente:

- Sostegno all'imprenditorialità
- *Public Engagement*

Descrizione: Da oltre trenta anni, ALL rappresenta il punto di incontro privilegiato, stabile e identificativo degli Alumni dell'Ateneo. ALL agisce in maniera totalmente sinergica con le strategie e gli obiettivi dell'ufficio Alumni Luiss e, più in generale, dell'Università. ALL e Luiss condividono infatti strategie e valori comuni: il potenziamento del profilo internazionale dell'Ateneo e dell'Associazione, rafforzare la relazione con tutte le controparti e gli influencer rilevanti, coltivare lo spirito di appartenenza ed attivare il meccanismo del give back, rafforzare le strategie di engagement degli Alumni Luiss. Tutte le attività e i progetti dell'Associazione vengono sviluppati in sinergia con l'Università per enfatizzare le grandi potenzialità offerte dal network dei laureati, vero e proprio asset strategico d'Ateneo. L'Associazione, in Italia ed all'estero (grazie ai suoi 7 Chapter dislocati tra Europa, America ed Asia), crea e favorisce occasioni di networking tra Alumni Luiss, tra Alumni e studenti e Docenti e tra Alumni e l'Università organizzando sia attività d'incontro e sviluppo delle competenze aperte all'intera community degli Alumni sia eventi e momenti dedicati ai propri associati, offrendo loro una selezione di servizi e partnership dedicate ed esclusive.

A partire dal luglio 2020, sono state introdotte nuove modalità di associazione: il nuovo Regolamento prevede l'iscrizione ed il conseguente versamento di una quota associativa con validità 365 gg/3 anni. I neolaureati ed i soci residenti all'estero (per il primo anno d'iscrizione) sono esenti dal pagamento della quota associativa. Hanno facoltà di associarsi, secondo il nuovo Regolamento, i Laureati triennali che decidono di proseguire gli studi presso un altro Ateneo, i Laureati magistrali e tutti coloro che abbiano frequentato un percorso formativo post-laurea della durata di almeno sei mesi presso la Luiss.

Misure 2020 per emergenza sanitaria:

- Avvio del ciclo di webinar ALL 1-Hour Talk incontri di approfondimento promossi dall'Associazione incentrati su temi di attualità con il coinvolgimento di Alumni, esponenti del mondo accademico, delle istituzioni e dell'economia, lasciando spazio al confronto con la community degli Alumni Luiss: 19 talk, 1754 partecipanti;

- Avvio del Ciclo di webinar trasmessi in diretta Facebook Luiss Alumni Master Classes organizzate in sinergia tra Luiss ed ALL, format dedicato all'interazione ed al dibattito tra Alumni Luiss moderato da Docenti dell'Ateneo: 3 incontri tra settembre e novembre, 2325 visualizzazioni;
- Coinvolgimento degli Alumni a supporto di studenti Luiss in emergenza COVID-19: ingaggio di Alumni residenti all'estero con l'obiettivo di metterli in contatto con gli studenti in mobilità o impegnati all'estero (in oltre 15 Paesi) per fornire loro supporto logistico, pratico e psicologico nelle fasi più aspre della pandemia;
- Raccolta fondi (tramite piattaforma GoFoundme) promossa dall'Associazione e supportata dall'Ateneo in favore dell'Ospedale Spallanzani che ha portato, in piena fase I della Pandemia, all'acquisto di un'ambulanza;
- Survey "Your Value Your Voice" sulla percezione del valore della community Alumni ed ALL: hanno contribuito ai risultati dell'indagine 1.400 Alumni, corrispondenti al 6% del totale degli ex allievi cui è stato somministrato il questionario (24.882);
- Incremento delle Testimonianze di Alumni nelle attività di Orientamento in Italia e all'Estero, favorito dalla circostanza di poter prescindere dalla presenza fisica dell'Alumnus/a testimonial;
- Promozione internazionale dell'Ateneo tramite coinvolgimento dei Chapter leader: campagna di supporto alle attività di recruiting di studenti internazionali (campagna social Alumni in Action).

Dati statistici:

- Numero di Associati nel 2020: 627 (di cui 356 di genere maschile, 271 di genere femminile)
- Età media Associati nel 2020: 39 anni
- Provenienza geografica degli Associati nel 2020: 595 Italia; 23 Europa; 9 Paesi Extra UE
- Dipartimenti di provenienza degli Associati nel 2020
 - 18 dal Dipartimento di Economia e Finanza
 - 244 dal Dipartimento di Giurisprudenza
 - 136 dal Dipartimento di Impresa e Management
 - 118 da Economia e Commercio (vecchio ordinamento)
 - 92 dal Dipartimento di Scienze Politiche
 - 19 da Master/Corsi post-laurea
- Sedi/Chapter
 - Roma (sede principale) – 26.211 totale Alumni nel Lazio
 - Milano – 3.378 totale Alumni in Lombardia
 - Bruxelles – 439 totale Alumni in Belgio
 - Dublino – 58 totale Alumni in Irlanda
 - Londra – 754 totale Alumni nel Regno Unito
 - Parigi – 293 totale Alumni in Francia
 - New York – 334 totale Alumni negli Stati Uniti
 - Tel Aviv – 13 totale Alumni in Israele
 - Shanghai – 177 totale Alumni in Cina
- 8 Alumni Luiss riconosciuti come "Giovani talenti" nella classifica Forbes under 30:

- n. 4 provenienti dal Dipartimento di Impresa e Management
- n. 1 proveniente dal Dipartimento di Economia e Finanza
- n. 1 proveniente dal Dipartimento di Giurisprudenza
- n. 2 Master Luiss Business School e Luiss School of Government

Appartenenti alle seguenti categorie:

- n. 4 “venture capital Italia”
- n. 1 “social impact Italia”
- n. 2 “finance Italia”
- n. 1 “education Italia”

KPI

	2018		2019		2020	
	Cons.	Target	Cons.	Target	Cons.	Target
KPI n.21						
Numero iscritti Associazione Alumni	904	775	671	800	534	825
KPI n.23						
Alumni Reputation*	86%	90%	87%	89%	88%	91,5%

*(% risposte positive alla domanda “ti iscriveresti di nuovo o consiglieresti iscrizione alla Luiss?”)

KPI 21 – Numero iscritti Associazione Alumni: obiettivo non raggiunto nel 2020 in ragione della situazione pandemica mondiale che ha indotto l’Associazione ad una “virata” rispetto alle classiche strategie di marketing associativo. In particolare, nel 2020, quasi tutte le attività dell’Associazione si sono rivolte indistintamente ad Alumni e Soci con l’intento di privilegiare l’obiettivo (valorizzato anche nell’ambito del nuovo Piano Strategico 2021-2024) di dare massima visibilità ed attrattività alle iniziative dell’Associazione e dell’Ateneo, a livello nazionale ed internazionale, con ciò posticipando al 2021 le attività più direttamente rivolte ad allargare la base associativa.

Stato di avanzamento azione correttiva

Per il raggiungimento dell’obiettivo in generale:

- Azione 1: Aumento degli eventi e della attività rivolte a tutti gli Alumni e Soci (con azioni mirate sui vari target, anche anagrafici, di Alumni) per ampliare la platea degli interessati ad associarsi.
- Azione 2: Modifica del Regolamento Associativo con ampliamento degli aventi diritto a diventare Soci da 12 mesi a 6 mesi.

Quadro I.5 – Gestione del Patrimonio e delle Attività Culturali

I.5.c – Attività Musicali

a. Coro Polifonico Luiss

1. **Denominazione:** Coro Polifonico Luiss
2. **Il coro/orchestra/ensemble/gruppo gode di autonomia di gestione?** Si
3. **Il coro/orchestra/ensemble/gruppo gode di autonomia amministrativa?** No
4. **Il coro/orchestra/ensemble/gruppo dispone di una struttura di ateneo?** No
5. **Il coro/orchestra/ensemble/gruppo è attivo:** < 6 mesi all'anno (attività sospesa dal 28/02/20 causa Covid-19)
6. **Numero complessivo dei fruitori:** 0
7. **Numero complessivo dei partecipanti al coro/orchestra/ensemble/gruppo:** 21
8. **Importo di eventuali di finanziamenti esterni ottenuti nell'anno, per fonte:** [omissis]
9. **Budget impegnato per la gestione dell'attività nell'anno:** [omissis]
10. **Numero di personale ETP (equivalente a tempo pieno) impegnato nelle attività:**
 - Numero di docenti ETP: 0
 - Numero di amministrativi ETP: 0,2
 - Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): 0
 - Numero di studenti o dottorandi: 21
11. **Numero eventi nell'anno:** eventi sospesi causa Covid-19
 - Interni (cerimonie accademiche, ecc.): 0
 - Esterni: 0
12. **Numero di scambi con istituzioni omologhe:**
 - Locale: 0
 - Regionale: 0
 - Nazionali: 0
 - Internazionali: 0
13. **Riconoscimenti e premi nazionali ed internazionali:** Nessuno

14. Sito web, newsletter, pagine social e/o canale YouTube:

<https://www.luiss.it/studenti/attivita-culturali/musica/coro-polifonico>

I.5.d – Immobili storici

- **Villa Blanc** - Boni, Mora 1895-1896 - Via Nomentana 216, Roma (Sede Luiss Business School)
- **Ex Casa di lavoro per i ciechi di guerra** - Aschieri 1929-1931 - Via Parenzo 11, Roma (Sede Dipartimento di Giurisprudenza)

1. **Numero di metri quadri di superficie degli immobili di interesse storico dell'Ateneo:** 43.738 mq

2. **Importo complessivo delle spese di manutenzione straordinaria:** [omissis]

3. **Gli immobili storici dell'Ateneo sono aperti e fruibili:**

- **Su richiesta e/o per visite guidate:** dal 2017 l'Ateneo ha promosso un progetto di valorizzazione delle sedi storiche Luiss che vede gli studenti impegnati nel ruolo di guida con riconoscimento di CFU. Nel 2020, limitatamente ai mesi di gennaio, febbraio, settembre ed ottobre, si sono svolte 21 visite con la partecipazione di 371 visitatori esterni; inoltre, in risposta all'emergenza sanitaria che ha sospeso le attività in presenza nei restanti mesi dell'anno, sono stati realizzati 3 video di visita guidata virtuale, con voce narrante degli studenti, che hanno registrato circa 600 visualizzazioni YouTube nel periodo giugno 2020 – maggio 2021.
- **Per ospitare concerti, mostre, congressi, ecc.**
- **Altro:** Accesso ai giardini nei giorni di chiusura dell'Ateneo per i residenti del II Municipio del Comune di Roma con sottoscrizione gratuita della "Giardini Luiss Membership Card". Inoltre, in occasione del restauro di Villa Blanc, un ettaro di verde del giardino della Villa è stato aperto alla cittadinanza con campi da minibasket e pallavolo, zone fitness outdoor, due aree giochi per i bambini e panchine; il parco, con accesso da Piazza Winckelmann, è aperto tutti i giorni dell'anno dall'alba al tramonto e la cura del verde e la pulizia delle aree sono di competenza Luiss.

4. **Sito web, newsletter, pagine social e/o canale YouTube:**

<https://www.luiss.it/studenti/attivita-culturali/visite-guidate>

<https://www.luiss.it/studenti/attivita-culturali/visite-guidate/visite-guidate-virtuali>

<https://www.luiss.it/ateneo/i-giardini-luiss>

5. **Riconoscimenti o premi:** Nessuno

I.5.f – Teatri e Impianti Sportivi

a. PalaLuiss

1. **Denominazione:** PalaLuiss, Via Martino Longhi 2, 00196 Roma
2. **L'impianto sportivo è dotato di proprio personale ETP (equivalente a tempo pieno) dedicato alla gestione e alla valorizzazione della struttura nell'anno:** 1
3. **Budget impegnato per la gestione e valorizzazione nell'anno:** [omissis]
4. **Numero di metri quadrati:** 5.000 mq
5. **L'impianto sportivo è aperto e fruibile:** sette giorni su sette
6. **Sito web, newsletter, pagine social e/o canale YouTube:**
<http://sport.luiss.it/palaluiss>

Quadro I.7 – Formazione Continua, Apprendimento Permanente e Didattica Aperta

I.7.a – Attività di Formazione Continua

1. **Numero totale di corsi erogati:** 76 (LBS 74; 1 SOG; 1 LSL)
 - di cui corsi a pagamento: 76 (LBS 74; 1 SOG; 1 LSL)
 - di cui corsi svolti con oltre il 75% delle ore erogate a distanza (esclusi i corsi MOOC): 70 (LBS 68; 1 SOG; 1 LSL)
 - di cui corsi di aggiornamento per insegnanti di scuola: 1 LBS
2. **Numero totale di CFP/CFU erogati (se riconosciuti):** 2 LBS
3. **Numero totale di ore di didattica assistita complessivamente erogate:** 4.606 (4.256 LBS; 200 SOG; 150 LSL)
4. **Numero totale di partecipanti:** 3.629 (3.548 LBS; 43 SOG; 38 LSL)
 - di cui di istituzioni pubbliche: 1.091 (1.069 LBS; 22 SOG)
 - di cui di imprese: 2.495 (2.479 LBS; 14 SOG; 2 LSL)
 - di cui di terzo settore: 36 LSL
5. **Numero totale di docenti coinvolti:** 209 (183 LBS; 26 LSL)
 - di cui docenti esterni all'ateneo: 165 (160 LBS; 5 LSL)
6. **Numero e tipologia di soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione dei corsi (inseriti nella convenzione o comunque citati negli atti formali) (è possibile inserire più risposte):** 11 (10 SOG; 1 LSL)
 - di cui appartenenti a imprese: 1 LSL
7. **Introiti complessivi dei programmi:** [omissis]
 - Importi delle convenzioni: [omissis]
 - Quote di iscrizione: [omissis]
8. **Quota percentuale degli introiti complessivi provenienti da finanziamenti pubblici europei:** 0% LBS; SOG; LSL
9. **Quota percentuale degli introiti complessivi provenienti da finanziamenti pubblici nazionali:** 0% LBS; SOG; LSL

LBS: Luiss Business School – SOG: Luiss School of Government – LSL: Luiss School of Law

I.7.d – Alternanza Scuola-Lavoro

- 1. Numero totale di progetti di Alternanza Scuola-Lavoro svolti: 2**
- 2. Numero di studenti coinvolti nei progetti: 1.020**
- 3. Numero di docenti coinvolti nei progetti: 5**

Nel 2020, per il quinto anno consecutivo, l'Ateneo si è reso parte attiva per i PCTO – Percorsi Competenze Traversali e per l'Orientamento (ex Alternanza Scuola-Lavoro), continuando ad essere soggetto ospitante per gli studenti delle scuole secondarie di secondo grado, rispondendo alla crescente necessità delle scuole e con l'obiettivo di consolidare la sua posizione di istituzione attenta alle esigenze della comunità scolastica e degli studenti in procinto di avvicinarsi al mondo dell'Università.

Negli ultimi anni la Luiss ha offerto l'opportunità agli studenti degli ultimi tre anni delle scuole secondarie di secondo grado di svolgere un percorso di orientamento e di formazione lavorativa. Questa esperienza ha permesso loro di approcciarsi al mondo delle professioni, su tematiche che hanno spaziato dal marketing alla strategia aziendale, dal business plan al public speaking, dal coding alla manifattura digitale fino alla sceneggiatura e il videomaking,

Nell'anno 2020, diversamente dagli anni passati, in considerazione dell'emergenza sanitaria, i percorsi non hanno potuto svolgersi in presenza come tradizionalmente accadeva (presso le sedi del Campus Luiss, di Luiss Enlabs di Roma e del Milano Luiss Hub) ma, ad eccezione del progetto STEAM, svoltosi in presenza presso la sede di Milano nella prima parte dell'anno, ci si è concentrati fondamentalmente nell'offerta del progetto MYOS, in collaborazione con Noisiamofuturo®, che si è potuto svolgere interamente on line.

Il progetto STEAM è un percorso si incentra sull'integrazione delle materie: scienza, tecnologia, ingegneria, arte e matematica. Il programma si basa sui modelli didattici del Problem Based Learning e del Project Based Learning. La settimana di PCTO ha permesso di sperimentare diverse competenze e tecnologie emergenti, come la programmazione grazie alla piattaforma Scratch, la modellazione 3D, l'addestramento di intelligenze artificiali, la programmazione di videogame.

Il progetto MYOS, che ha coinvolto la maggior parte degli studenti, dopo un'opportuna fase di formazione e tutoraggio da parte di sceneggiatori professionisti, ha consentito agli studenti di apprendere gli elementi di base della sceneggiatura e cimentarsi nel creare un soggetto per una serie televisiva partendo dalle storie da loro ideate.

I migliori progetti sono stati selezionati per uno sviluppo da parte del team di sceneggiatori e hanno potuto beneficiare di borse di studio per le Luiss Summer School.

Durante l'anno circa 600 studenti di 19 scuole del centro sud e 420 studenti provenienti da 15 Istituti di Milano e dintorni hanno partecipato ai progetti di PCTO Luiss, per un coinvolgimento complessivo di oltre 1.000 studenti, prevalentemente del III e IV anno delle scuole secondarie di secondo grado.

I docenti coinvolti sono stati 5: 1 per il progetto STEAM e 4 per il progetto MYOS.

Quadro I.8 – Public Engagement

Ateneo

I.8.a – Selezione di iniziative di Public Engagement

a. Dialoghi italo-francesi per l'Europa

1. **Data di svolgimento:** 14/04/2020 – 03/12/2020
2. **Edizione nr.:** 3
3. **Titolo:** Dialoghi italo-francesi per l'Europa
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making)
5. **Obiettivi:** Appuntamento annuale esclusivo e di alto livello in cui i più alti rappresentanti delle istituzioni e dell'economia possano riunirsi regolarmente e discutere, in modo dialettico e aperto, sulle questioni prioritarie per la cultura e per l'economia, e più in generale per il futuro dell'Europa e delle giovani generazioni, delineando strategie e proposte per rafforzare ulteriormente le relazioni tra Francia e Italia.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 12. Scienze Giuridiche
 13. Scienze Economiche e Statistiche
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Impresa e Management
 - Dipartimento di Economia e Finanza
 - Dipartimento di Giurisprudenza
 - Dipartimento di Scienze Politiche
8. **Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:**
 - **Università / enti di ricerca:** Sciences Po
 - **Altre istituzioni pubbliche:** CNES - Centre National d'Etudes Spatiales

- **Imprese:** The European House - Ambrosetti, Elior, Amundi, BNL – Banca Nazionale del Lavoro, ENEL, Edison

9. Dimensione geografica:

- Internazionale

10. Pubblici coinvolti:

- **Partecipanti individuali:** 2.387

11. Presenza di un sistema di valutazione: Sì: questionario di soddisfazione scaricabile dalla piattaforma oppure inviato via mail dopo ciascun Webinar ai partecipanti effettivi. La media complessiva di valutazione: 5.4/6.

12. Breve descrizione dell’iniziativa: Le Università Luiss Guido Carli e Sciences Po, con il sostegno di Confindustria italiana e Confindustria francese e con il patrocinio dell’Ambasciata di Francia in Italia e dell’Ambasciata d’Italia in Francia, hanno lanciato nel 2018 i “Dialoghi Italo-Francesi per l’Europa”, un progetto che opera in una prospettiva di medio-lungo termine per diventare un appuntamento annuale di riferimento in grado di fornire contenuti a valore aggiunto e momenti di relazione e networking tra le business community dei due Paesi. Obiettivo del progetto è altresì la creazione di una cattedra universitaria con sede alterna, un anno alla Luiss, l’anno successivo a Sciences Po, e il finanziamento di ricerche, pubblicazioni scientifiche e borse di studio. Il progetto ha una durata pluriennale e prevede l’organizzazione di un evento da tenersi ad anni alterni a Roma e a Parigi. L’incontro inaugurale si è tenuto alla Luiss il 30 maggio 2018. Nel 2019, in linea con l’alternanza Roma-Parigi, l’evento si è tenuto presso l’Università Sciences Po.

Nel 2020, a causa della pandemia da Covid-19, è stato deciso di organizzare una serie di eventi digitali. In particolare, i Webinar hanno avuto ad oggetto i seguenti temi:

1. Italia, Francia e Unione Europea ai tempi del coronavirus: scelte politiche e ruolo dell’Europa (14 aprile 2020)
2. L’Europa alla prova del Covid-19: le sue risposte sono adeguate alle situazioni specifiche dei paesi membri? (7 maggio 2020)
3. Ripresa dell’economia e sostenibilità: il punto di vista dell’Italia e della Francia nell’ambito delle prospettive europee (17 giugno 2020)
4. Alimentazione e sostenibilità dopo la crisi sanitaria globale: Quale relazione e quali sfide per i prossimi anni? (19 ottobre 2020)
5. I giovani e il loro futuro nel contesto del Covid-19, un’inchiesta realizzata in Italia e in Francia (16 novembre 2020) - un sondaggio realizzato grazie al contributo di Edison
6. Formare i giovani al lavoro del futuro (23 novembre 2020)
7. Next Generation EU e Green Deal: il punto di vista delle imprese (30 novembre 2020)
8. Strumenti per rilanciare le economie italiana e francese nel contesto del Covid-19 (3 dicembre 2020)

13. Personale interno coinvolto:

- Numero docenti in ETP: 4
- Numero di amministrativi in ETP: 1

14. Budget complessivo utilizzato: ND**15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**

- [Sito Ambrosetti](#)
- [News Luiss](#)
- [Comunicato stampa](#)

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):

- Report
- Newsletter
- Rassegna stampa

b. Il Patto per l'Occupazione dei Giovani: una Sfida Possibile**1. Data di svolgimento:** 02/10/2020**2. Edizione nr.:** 1**3. Titolo:** Il Patto per l'Occupazione dei Giovani: una Sfida Possibile**4. Categoria prevalente di PE:**

- altre iniziative di public engagement

5. Obiettivi: L'evento è stato ideato per affrontare in maniera integrata il problema della disoccupazione giovanile in Italia, i suoi impatti sociali, le differenze di genere e di distribuzione territoriale, acuitesi nell'era Covid. L'evento ha avuto come output una call to policy per conseguire gli Obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU e il Goal 8, in particolare i Target 8.6 e 8.b, facendo ricorso alle risorse messe a disposizione dell'UE nel quadro del Recovery Fund e della programmazione 2021-2027.**6. Aree scientifiche coinvolte:**

- 12. Scienze Giuridiche
- 13. Scienze Economiche e Statistiche
- 14. Scienze Politiche e Sociali

7. Dipartimenti coinvolti:

- Dipartimento di Impresa e Management
- Dipartimento di Economia e Finanza
- Dipartimento di Giurisprudenza
- Dipartimento di Scienze Politiche

8. Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:

- **Terzo settore:** ASviS, Fondazione Bruno Visentini

9. Dimensione geografica:

- Nazionale

10. Pubblici coinvolti: L'evento è stato trasmesso in streaming su piattaforma Facebook; secondo il report dei canali web e social su cui è stato trasmesso, l'evento è stato effettivamente seguito da 4.000 utenti e in generale l'iniziativa ha raggiunto 19.360 persone. Un'azione specifica di diffusione dell'evento è stata fatta per il coinvolgimento di studenti di alcune scuole che hanno risposto all'invito e certamente partecipato, anche con domande durante l'evento.

Inoltre, in quanto evento nazionale del Festival dello Sviluppo sostenibile promosso da ASviS, l'evento è stato promosso sui canali ASviS e su quelli delle parti sociali da cui provengono i relatori: Consiglio Nazionale dei Giovani, Asstel, Cgil, Cisl, Uil, ASviS, Luiss.

11. Presenza di un sistema di valutazione: No.

12. Breve descrizione dell'iniziativa: L'evento nazionale sul Goal 8 del Festival dello Sviluppo Sostenibile, svoltosi in modalità mista (relatori in presenza e partecipanti da remoto) ha affrontato, in maniera integrata e con una visione multi-stakeholder, il problema della disoccupazione giovanile in Italia e in particolare e del divario generazionale, relativamente ai fenomeni NEET e di brain drain. Oltre al tema economico, anche le ricadute sociali sono state oggetto di riflessione, poiché la disoccupazione giovanile intacca il sistema di previdenza sociale, aggravando il peso che ricade sui lavoratori attivi, oltre che la situazione italiana sul tema della povertà e delle disuguaglianze. Si è affrontato anche il tema delle differenze di genere e territoriali, con riferimento al tasso di occupazione e del gender pay gap. Altro tema è stato la difficile transizione dal mondo della scuola a quello del lavoro e le sfide che attendono il nostro paese all'apertura dell'anno scolastico e dell'anno accademico 2020-2021.

13. Personale interno coinvolto:

- **Numero docenti in ETP:** 2
- **Numero di amministrativi in ETP:** 5

14. Budget complessivo utilizzato: [omissis]

- di cui finanziamenti esterni: [omissis]

15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):

- [Video evento](#)
- [News sito Luiss](#)

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):

- Documentazione fotografica

c. Alumni/ALL – 1-Hour Talk

1. **Data di svolgimento:** 20/03/2020-24/11/2020
2. **Edizione nr.:** 1
3. **Titolo:** 1 Hour Talk
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - altre iniziative di public engagement
5. **Obiettivi:** Offrire a Soci ALL, Alumni, Docenti e al pubblico interessato la possibilità di poter accedere da remoto a momenti di approfondimento su temi di attualità.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 12. Scienze Giuridiche
 13. Scienze Economiche e Statistiche
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Impresa e Management
 - Dipartimento di Economia e Finanza
 - Dipartimento di Giurisprudenza
 - Dipartimento di Scienze Politiche
8. **Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:**
 - **Università / enti di ricerca:** Research and Innovation Center, Trinity College Dublin; National Digital Research Center, Dublin; Talent Garden Dublin
 - **Imprese:** Intermonte SIM; Ambienta SGR; Assoimmobiliare; Sixth Millennium Venture Partners; Belluzzo International Partners; Rosa&Roubini Associates; Vodafone; Fondo Italiano d'Investimento SGR; Mediolanum International Funds Ltd. (Ireland)
 - **Istituzioni terzo settore:** The Jewish Economic Forum
9. **Dimensione geografica:**
 - Internazionale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - **Partecipanti individuali:** 953
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** Sì. Somministrazione da ottobre 2020 di un breve questionario di valutazione a tutti i partecipanti per recepire il gradimento dell'audience rispetto al format proposto e all'intervento/i degli speaker coinvolti. In generale è stato riscontrato un gradimento molto alto (4.6/5) e la maggior parte degli intervistati ha dichiarato di voler prender parte a futuri eventi dedicati, consigliandone la partecipazione ad amici/colleghi.

12. Breve descrizione dell'iniziativa: In risposta all'emergenza del Covid-19, l'Associazione Laureati Luiss ha continuato a offrire ai propri associati e a un pubblico allargato contenuti formativi e contributi da parte di esponenti del mondo accademico, delle istituzioni e dell'economia per fornire chiavi di lettura su temi di attualità. A partire dal 20 marzo 2020, è stato dunque avviato il format dal titolo 1-Hour Talk, in 20 incontri, che ha previsto inoltre una sessione di Q&A con i partecipanti guidati da un moderatore.

13. Personale interno coinvolto:

- Numero di docenti in ETP: 7
- Numero di amministrativi in ETP: 3

14. Budget complessivo utilizzato: [omissis]

15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):

- Sito web

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa): ND

d. Associazione Sportiva Luiss

1. Data di svolgimento: 23/03/2020 – 28/05/2020

2. Edizione nr.: ---

3. Titolo: Luiss Sport Live Talk

4. Categoria prevalente di PE:

- altre iniziative di public engagement

5. Obiettivi: Dal 12 marzo 2020, data di entrata del DPCM, l'obiettivo dell'AS Luiss è stato quello di coinvolgere tutti gli stakeholder mantenendo gli equilibri relazionali e operativi, riuscendo nell'intento di continuare tutte le attività previste, annullando soltanto alcuni eventi sportivi già previsti. L'Ufficio Sport Luiss ha rimodulato i suoi programmi operativi, nel rispetto delle norme di sicurezza vigenti, trasformando le attività pratiche in attività online.

6. Aree scientifiche coinvolte:

- 14. Scienze Politiche e Sociali

7. Dipartimenti coinvolti: ---

8. Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:

- Altre istituzioni pubbliche: CONI

9. Dimensione geografica:

- Nazionale

10. Pubblici coinvolti:

- **Partecipanti individuali:** 1.631 spettatori, 22.517 visualizzazioni, 800 interazioni

11. Presenza di un sistema di valutazione: No.

12. Breve descrizione dell'iniziativa: format pensato per coinvolgere i Top Athletes e personaggi di spicco del panorama sportivo in interviste live sui canali ufficiali Luiss Sport, principalmente Instagram.

Programma:

23/03/20 – Filippo Tortu, Luiss Top Athlete
25/03/20 – Margherita Panziera, Luiss Top Athlete
27/03/20 – Giorgio Avola, Luiss Top Athlete
30/03/20 – Guglielmo Stendardo, Avvocato
02/04/20 – Marta Zenoni, Luiss Top Athlete
06/04/20 – Letizia Paternoster, Luiss Top Athlete
08/04/20 – Giovanni Malagò, Presidente CONI
17/04/20 – Matteo Pessina, Luiss Top Athlete
23/04/20 – Gianmarco Tamberi, Luiss Top Athlete
29/04/20 – Luca Toni, Luiss Top Athlete
07/05/20 – Mike D'Antoni, Coach NBA
15/05/20 – Roberto Gagliardini, Luiss Top Athlete
21/05/20 – Riccardo Bagaini, Luiss Top Athlete
28/05/20 – Guido Vianello, Luiss Top Athlete

13. Personale interno coinvolto:

- **Numero di docenti in ETP:** 0
- **Numero di amministrativi in ETP:** 1

14. Budget complessivo utilizzato: ND**15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**

- [Diario di bordo del lockdown AS Luiss](#)
- [YouTube](#)

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):

- Report: Diario di bordo – AS Luiss durante il Covid-19

Dipartimento Economia e Finanza

a. Le Scienze Sociali al tempo del Covid-19

1. **Data di svolgimento:** 24/04/2020
2. **Edizione nr.:** ---
3. **Titolo:** Misure economico-finanziarie a livello europeo o nazionali per fare fronte alle conseguenze del coronavirus
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni, esperimenti hands-on altre attività laboratoriali, didattica innovativa, children university); sono esclusi i corsi di formazione e aggiornamento rivolti agli insegnanti e le iniziative di Alternanza Scuola-Lavoro (rilevate nella sezione I.7.d)
5. **Obiettivi:** L'evento è stato inserito all'interno del ciclo "Le Scienze Sociali al tempo del Covid-19" che si è proposto di evidenziare le trasformazioni delle scienze sociali e della formazione accademica nel corso ed in seguito alla pandemia, considerando i diversi ambiti disciplinari: economico, finanziario, politico e sociale.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 - 13. Scienze Economiche e Statistiche
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Economia e Finanza
8. **Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:**
 - **Altre istituzioni pubbliche:** Banca d'Italia, Consob
9. **Dimensione geografica:**
 - Nazionale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - Scuole:
 - Studenti: 50
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No.
12. **Breve descrizione dell'iniziativa:** Il seminario "Misure economico-finanziarie a livello europeo o nazionali per fare fronte alle conseguenze del coronavirus" è stato inserito in un ciclo che ha affrontato il tema delle conseguenze economiche del Covid-19. Il Professor Pietro Reichlin ha discusso del tema con Riccardo De Bonis, Capo del Servizio Educazione finanziaria di Banca d'Italia e con Carmine Di Noia Commissario della Consob.

13. Personale interno coinvolto:

- **Numero docenti in ETP:** 1 (Dipartimento: Reichlin Pietro)
- **Numero di amministrativi in ETP:** 1

14. Budget complessivo utilizzato: ND**15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**

- Sito web

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa): ND**b. Luiss.MasterClass****1. Data di svolgimento:** 07/05/2020**2. Edizione nr.:** --**3. Titolo:** Analisi costi e benefici della pandemia Covid-19. Prospettive macro e gestionali dal settore bancario**4. Categoria prevalente di PE:**

- organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)

5. Obiettivi: Le Luiss.MasterClass “Saperi pandemici” sono state dedicate all'approfondimento di temi legati alla pandemia di Covid-19. Dall'umanesimo digitale all'open innovation, dalla politica internazionale durante e dopo la pandemia alla sostenibilità, esperti di fama internazionale presentano riflessioni approfondite sulla base delle loro ricerche e ne discutono le implicazioni economiche, sociali, politiche e giuridiche con ospiti dal mondo dell'industria, delle professioni o delle istituzioni.**6. Aree scientifiche coinvolte:**

- 13. Scienze Economiche e Statistiche

7. Dipartimenti coinvolti:

- Dipartimento di Economia e Finanza

8. Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:

- **Imprese:** ING Italia

9. Dimensione geografica:

- Nazionale

10. Pubblici coinvolti: Webinar online aperto (295 visualizzazioni YouTube al 31.05.21)

11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No.
12. **Breve descrizione dell’iniziativa:** L’incontro ha analizzato l’importanza, anche per gli economisti, di conoscere e saper utilizzare i modelli epidemiologici, considerando quanto l’epidemia di Covid-19 ha impattato sulla dimensione economica nazionale e internazionale.
13. **Personale interno coinvolto:**
- **Numero docenti in ETP:** 1 (Dipartimento: Lippi Francesco)
 - **Numero di amministrativi in ETP:** 1
14. **Budget complessivo utilizzato:** ND
15. **Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**
- [Sito web](#)
 - [YouTube](#)
16. **Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):**
- Pubblicazione di un volume collettaneo che raccoglie gli interventi delle MasterClass “Saperi pandemici”, scaricabile ai seguenti link in versione ebook:
- per [Kindle \(.mobi\)](#)
 - per [iPhone, tablet o smartphone Android \(.epub\)](#)

c. #Luiss.BEST

1. **Data di svolgimento:** 18/11/2020
2. **Edizione nr.:** ---
3. **Titolo:** Sustainability & Leadership
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)
5. **Obiettivi:** Luiss.BEST è stato un ciclo di seminari tenuti da docenti della Faculty Luiss sulle tematiche trasversali Behavior, Europe, Sustainability, Technology (BEST). A partire dal 7 ottobre e fino al 25 novembre, l’appuntamento è stato ogni mercoledì alle ore 21.00 per affrontare in ogni incontro (in lingua inglese e in forma digitale) una delle quattro aree tematiche BEST – ci sono stati complessivamente 2 incontri per ciascun tema. Per ciascun appuntamento due docenti appartenenti a Dipartimenti differenti e un moderatore hanno presentato un loro prodotto di ricerca recente.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 13. Scienze Economiche e Statistiche

14. Scienze Politiche e Sociali

7. Dipartimenti coinvolti:

- Dipartimento di Economia e Finanza
- Dipartimento di Impresa e Management

8. Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione: ---

9. Dimensione geografica:

- Nazionale

10. Pubblici coinvolti:

- **Partecipanti individuali: 23**

11. Presenza di un sistema di valutazione: Sì. Il ciclo di seminari ha previsto due incontri per ogni tema - Behavior, Europe, Sustainability, Technology. Il questionario di valutazione è stato inviato digitalmente dopo il secondo incontro di ciascun tema ai partecipanti di entrambi gli incontri. Il dato aggregato relativo alla tematica sostenibilità (di cui Sustainability & Leadership costituisce un incontro) ha avuto un gradimento positivo complessivo pari all'81% e l'81,9% dei partecipanti ha ritenuto l'incontro un'esperienza di apprendimento rilevante.

12. Breve descrizione dell'iniziativa: Il tema centrale dell'incontro è stato il rapporto tra leadership e sostenibilità, con focus sui temi di gender e su come la leadership al femminile possa aiutare a ridurre discriminazione di genere. Sono poi state approfondite le modalità attraverso cui l'accounting/reporting possa essere usato per sostenere le politiche intraprese dalle aziende sui temi della sostenibilità. Interventi di: Cristiano Busco Professore Luiss di Pianificazione e controllo, Fabiano Schivardi Prorettore alla Ricerca Luiss; Moderatore: Simona Romani Delegata del Rettore per la Sostenibilità e l'Innovazione alla didattica.

13. Personale interno coinvolto:

- **Numero docenti in ETP:** 3 (Dipartimento: Schivardi Fabiano)
- **Numero di amministrativi in ETP:** 2

14. Budget complessivo utilizzato: ND

15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):

- Sito web

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa): ND

Dipartimento di Impresa e Management

a. Luiss.MasterClass - Using Open Innovation to Recover from the Crisis

1. **Data di svolgimento:** 30/04/2020
2. **Edizione nr.:** ---
3. **Titolo:** Using Open Innovation to Recover from the Crisis
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)
5. **Obiettivi:** Le Luiss MasterClass “Saperi pandemici” sono state dedicate all'approfondimento di temi legati alla pandemia di Covid-19. Dall'umanesimo digitale all'open innovation, dalla politica internazionale durante e dopo la pandemia alla sostenibilità, esperti di fama internazionale hanno presentato riflessioni approfondite sulla base delle loro ricerche e ne hanno discusso le implicazioni economiche, sociali, politiche e giuridiche con ospiti dal mondo dell'industria, delle professioni o delle istituzioni.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 13. Scienze Economiche e Statistiche
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Impresa e Management
8. **Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:**
 - **Imprese:** Marie Tecnimont
9. **Dimensione geografica:**
 - Internazionale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - **Partecipanti individuali:** Webinar online aperto (795 visualizzazioni YouTube al 31/05/2021)
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No.
12. **Breve descrizione dell'iniziativa:** L'incontro è stato dedicato al ruolo che la Open Innovation potrà svolgere nella recessione post-covid. Ne hanno discusso Henry Chesbrough, Marie Tecnimont Chair in Open Innovation Luiss e Fabrizio Di Amato, Chairman of Marie Tecnimont;

introduzione di Andrea Prencipe Rettore Luiss; moderato da Cristina Alaimo Assistant Professor in Digital Economy and Society Luiss.

13. Personale interno coinvolto:

- Numero docenti in ETP: 3
- Numero di amministrativi in ETP: 2

14. Budget complessivo utilizzato: ND

15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):

- [Sito web](#)
- [YouTube](#)

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa): Pubblicazione di un volume collettaneo che raccoglie gli interventi delle MasterClass “Saperi pandemici” in versione ebook ([.mobi](#) - [.epub](#)).

b. Luiss.MasterClass - Metriche pandemiche. Dalla pandemia delle metriche alle metriche della pandemia

1. Data di svolgimento: 14/05/2020

2. Edizione nr.: ---

3. Titolo: Metriche pandemiche. Dalla pandemia delle metriche alle metriche della pandemia

4. Categoria prevalente di PE:

- organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)

5. Obiettivi: Le Luiss MasterClass “Saperi pandemici” sono state dedicate all’approfondimento di temi legati alla pandemia di Covid-19. Dall’umanesimo digitale all’open innovation, dalla politica internazionale durante e dopo la pandemia alla sostenibilità, esperti di fama internazionale hanno presentato riflessioni approfondite sulla base delle loro ricerche e ne hanno discusso le implicazioni economiche, sociali, politiche e giuridiche con ospiti dal mondo dell’industria, delle professioni o delle istituzioni.

6. Aree scientifiche coinvolte:

13. Scienze Economiche e Statistiche

7. Dipartimenti coinvolti:

- Dipartimento di Impresa e Management

8. Soggetti terzi coinvolti nell’organizzazione:

- **Imprese:** Procter & Gamble

9. Dimensione geografica:

- Nazionale

10. Pubblici coinvolti:

- **Partecipanti individuali:** Webinar online aperto (320 visualizzazioni YouTube al 31/05/2021)

11. Presenza di un sistema di valutazione: No.

12. Breve descrizione dell'iniziativa: L'incontro ha analizzato come la capacità di misurare un fenomeno ne garantisca una migliore gestione e come la carenza di buone metriche della pandemia sia stata parzialmente responsabile di un processo di decision making non ottimale. Ne hanno discusso Michele Costabile Professore Luiss di Marketing e Barbara Del Neri Marketing Director Southern Europe; Head of Digital & Data Transformation Procter & Gamble; introduzione di Andrea Prencipe Rettore Luiss; moderato da Simona Romani Professoressa Luiss di Marketing.

13. Personale interno coinvolto:

- **Numero docenti in ETP:** 3
- **Numero di amministrativi in ETP:** 2

14. Budget complessivo utilizzato: ND**15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**

- Sito web
- YouTube

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa): Pubblicazione di un volume collettaneo che raccoglie gli interventi delle MasterClass “Saperi pandemici” in versione ebook (.mobi - .epub).

c. Luiss.MasterClass - Pandemia e Value Chains: quale futuro per la globalizzazione

1. Data di svolgimento: 09/06/2020

2. Edizione nr.: ---

3. Titolo: Pandemia e Value Chains: quale futuro per la globalizzazione

4. Categoria prevalente di PE:

- organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)

5. Obiettivi: Le Luiss MasterClass “Saperi pandemici” sono state dedicate all'approfondimento di temi legati alla pandemia di Covid-19. Dall'umanesimo digitale all'open innovation, dalla

politica internazionale durante e dopo la pandemia alla sostenibilità, esperti di fama internazionale hanno presentato riflessioni approfondite sulla base delle loro ricerche e ne hanno discusso le implicazioni economiche, sociali, politiche e giuridiche con ospiti dal mondo dell'industria, delle professioni o delle istituzioni.

6. Aree scientifiche coinvolte:

13. Scienze Economiche e Statistiche

7. Dipartimenti coinvolti:

- Dipartimento di Impresa e Management

8. Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:

- **Imprese:** Johnson & Johnson Medical

9. Dimensione geografica:

- Internazionale

10. Pubblici coinvolti:

- **Partecipanti individuali:** webinar online aperto (256 visualizzazioni YouTube al 31/05/2021)

11. Presenza di un sistema di valutazione: No.

12. Breve descrizione dell'iniziativa: L'incontro è stato dedicato alle ripercussioni della pandemia sulla globalizzazione: secondo le previsioni della Banca Mondiale, l'impatto del Covid potrebbe portare a una riduzione del commercio internazionale tra i 10 e i 30 punti percentuali nel corso del 2020, un vero e proprio great trade collapse, che coinvolgerebbe un numero elevato di Paesi colpendo non solo la domanda di beni, ma anche l'offerta. Ne hanno discusso Valentina Meliciani Professoressa Luiss di Economia Applicata, Silvia De Dominicis AD Johnson & Johnson Medical; introduzione di Andrea Prencipe Rettore Luiss; saluti istituzionali di Paola Severino Vice Presidente Luiss.

13. Personale interno coinvolto:

- **Numero docenti in ETP:** 3
- **Numero di amministrativi in ETP:** 1

14. Budget complessivo utilizzato: ND

15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):

- Sito web
- YouTube

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa): Pubblicazione di un volume collettaneo che raccoglie gli interventi delle MasterClass "Saperi pandemici" in versione ebook (.mobi - .epub).

Dipartimento di Giurisprudenza

a. Legalità e merito

1. **Data di svolgimento:** A.A. 2019/2020
2. **Edizione nr.:** 3
3. **Titolo:** Legalità e merito
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni, esperimenti hands-on altre attività laboratoriali, didattica innovativa, children university); sono esclusi i corsi di formazione e aggiornamento rivolti agli insegnanti e le iniziative di Alternanza Scuola-Lavoro (rilevate nella sezione I.7.d)
5. **Obiettivi:** L'obiettivo del progetto è diffondere la cultura della legalità presso 20 scuole secondarie di II grado (una per ogni regione d'Italia), con attenzione a quelle ubicate in "aree a rischio" caratterizzate da condizioni di svantaggio economico e sociale, e presso i 2 istituti penali per minorenni di Airola e Palermo. Gli studenti Luiss, in qualità di "Student Ambassadors", sono stati coinvolti nella realizzazione di incontri sul tema della legalità e del merito.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 12. Scienze Giuridiche
 13. Scienze Economiche e Statistiche
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Giurisprudenza
 - Dipartimento di Scienze Politiche
 - Dipartimento di Economia e Finanza
 - Dipartimento di Impresa e Management
8. **Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione:**
 - **Altre istituzioni pubbliche:** Autorità Nazionale Anticorruzione, Consiglio Superiore della Magistratura, Direzione Nazionale Antimafia, Ministero dell'Istruzione
9. **Dimensione geografica:**
 - Nazionale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - Istituzioni pubbliche: 4
 - Scuole: 22

- Studenti: 650
- Insegnanti: 62

II. Presenza di un sistema di valutazione: No

12. Breve descrizione dell’iniziativa: Il Progetto Legalità e Merito, giunto alla III edizione, rappresenta un unicum nel panorama nazionale e nasce dalla firma del Protocollo di Intesa tra Luiss, Anac, CSM e DNA, con la collaborazione del Ministero dell’Istruzione e del Ministero della Giustizia. Le attività hanno coinvolto circa 100 studenti dei 4 Dipartimenti Luiss, di tutti gli anni e canali, per la realizzazione di incontri incentrati sul tema della legalità e del merito nelle sue diverse declinazioni: anticorruzione, antimafia, integrazione e diversità, cyberbullismo, tutela dell’ambiente e sostenibilità, cittadinanza attiva, terrorismo. A causa delle restrizioni per prevenire il contagio da Covid-19 e della chiusura degli istituti scolastici e di formazione, gli incontri presso le 20 scuole e i due istituti penali per minorenni (Airolo e Palermo) si sono svolti integralmente in modalità online. Gli “Student Ambassadors” Luiss sono stati affiancati da tutor coordinatori (dottorandi, assegnisti di ricerca, tutor di Ateneo) nella predisposizione degli incontri e nello sviluppo dei temi prescelti. Gli alunni delle scuole hanno avuto la possibilità di esaminare e di approfondire, confrontandosi anche grazie all’impiego di metodologie didattiche trasversali e innovative, uno o più temi oggetto del Progetto, scelti di comune accordo fra gli studenti Luiss e la scuola anche sulla base delle specifiche problematiche del territorio. Al termine del ciclo di incontri, ogni scuola e Istituto Penale per minorenni ha provveduto alla realizzazione di un progetto finale, attraverso l’impiego delle più diverse forme rappresentative e artistiche (video, murales, rappresentazioni teatrali, fotografiche); in ogni caso, tutti i progetti sono “raccontati” attraverso un breve video illustrativo. I progetti vengono visionati e votati da apposita giuria. Durante la cerimonia di chiusura, svoltasi online in data 24 giugno 2020, gli istituti scolastici e gli IPM hanno illustrato i propri progetti. I tre istituti vincitori hanno ricevuto un premio economico dal Ministero dell’Istruzione, mentre l’Ateneo ha messo a disposizione 22 borse di studio per partecipare a Summer School Luiss. Specifiche iniziative formative sono state realizzate dalla Luiss presso gli Istituti Penali per minorenni durante l’autunno. Con il Progetto, la Luiss ha partecipato nuovamente al bando “Le Università per la Legalità” della Fondazione Falcone.

13. Personale interno coinvolto:

- Numero docenti in ETP: 4
- Numero di amministrativi in ETP: 2
- Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): 4
- Numero di studenti e dottorandi: 100 studenti e 21 dottorandi/tutor

14. Budget complessivo utilizzato: ND

- Di cui finanziamenti esterni: ND

15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):

- <https://www.luiss.it/evento/2020/06/24/progetto-legalita-merito>

- <https://www.luiss.it/sostieni-il-merito/i-nostri-progetti/legalita-merito>
- [Articolo Corriere.it](#)

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):

- Rassegna stampa

b. Presentazione del volume “Intelligenza Artificiale. L’impatto sulle nostre vite, diritti e libertà”

1. **Data di svolgimento:** 27/10/2020
2. **Edizione nr.:** ---
3. **Titolo:** Presentazione del volume “Intelligenza Artificiale. L’impatto sulle nostre vite, diritti e libertà”
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)
5. **Obiettivi:** Analisi dell’impiego dell’intelligenza artificiale in termini di tutela della privacy e in generale dei diritti fondamentali con l’obiettivo di aiutare a comprendere la rivoluzione in atto e le relative sfide e ad essere più preparati ai forti cambiamenti previsti nel mondo del lavoro e nella vita pubblica e privata.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 12. Scienze Giuridiche
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Giurisprudenza
8. **Soggetti terzi coinvolti nell’organizzazione:**
 - **Università / enti di ricerca:** Università degli Studi di Torino, Sapienza Università di Roma
 - **Altre istituzioni pubbliche:** Garante per la protezione dei dati personali
 - **Imprese:** agendadigitale.eu
9. **Dimensione geografica:**
 - Nazionale
10. **Pubblici coinvolti:** ND
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No
12. **Breve descrizione dell’iniziativa:** L’intelligenza artificiale sta entrando con forza anche nella società italiana. Lo dimostra il primo boom di apparecchi legati a questa tecnologia, sempre più

diffusi nelle nostre case e soprattutto in forma di assistenti vocali domotici. Gli esperti concordano che ne deriveranno forti ricadute socio-economiche, all'interno della quarta rivoluzione industriale ora in corso; con la promessa di rilanciare la produttività, migliorare il benessere dei lavoratori ma anche il rischio di aumentare le diseguaglianze. Di certo, sta già cambiando il modo di lavorare e ancora maggiori impatti avrà sull'occupazione del futuro. Questa trasformazione pone anche sfide inedite per la tutela della nostra privacy e in generale dei nostri diritti fondamentali. L'evento è in occasione dell'uscita del libro "Intelligenza artificiale. L'impatto sulle nostre vite, diritti e libertà" di Alessandro Longo, Giornalista e Direttore di agendadigitale.eu, e Guido Scorza, Componente del Garante per la protezione dei dati personali. Ne hanno discusso con gli Autori: Franco Pizzetti Professore di Diritto Costituzionale, Università degli Studi di Torino; Eugenio Prosperetti Professore di Algorithm and Data Management Law, Università Luiss Guido Carli; Guido Vetere Professore di Intelligenza Artificiale, Sapienza Università di Roma. Ha moderato l'incontro Gianluigi Ciacci Professore di Informatica Giuridica, Università Luiss Guido Carli.

13. Personale interno coinvolto:

- **Numero docenti in ETP:** 2
- **Numero di amministrativi in ETP:** 1

14. Budget complessivo utilizzato: ND

15. Sito web o newsletter, pagine *social* e/o canale YouTube (se disponibili):

- <https://www.luiss.it/evento/2020/10/27/presentazione-volume-intelligenza-artificiale-impatto-sulle-nostre-vite>

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa): ND

Dipartimento di Scienze Politiche

a. Pandemia e resilienza

1. **Data di svolgimento:** 02/07/2020
2. **Edizione nr.:** ---
3. **Titolo:** Pandemia e resilienza
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)

5. **Obiettivi:** Il documento “Pandemia e resilienza: persona, comunità e modelli di sviluppo dopo la Covid-19” propone azioni concrete per la ripartenza post-pandemica. Diverse le proposte elaborate: affrontare la scarsità delle risorse, in primo luogo sanitarie, lavorando sulla prevenzione dei rischi secondo un principio di equità sociale; costruire una welfare society, che conti sui cittadini e le imprese responsabili non meno che sullo Stato; promuovere un modello di sviluppo sostenibile, ambientale e sociale, basato sull’economia circolare e investire nella ricerca scientifica.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Scienze Politiche
8. **Soggetti terzi coinvolti nell’organizzazione:**
 - **Università / enti di ricerca:** Cortile dei Gentili, LUMSA - Libera Università Maria Ss. Assunta, Università degli Studi di Roma Tor Vergata
9. **Dimensione geografica:**
 - Nazionale
10. **Pubblici coinvolti:**
 - **Partecipanti individuali:** 563 visualizzazioni YouTube al 31/05/2021
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No.
12. **Breve descrizione dell’iniziativa:** Le carenze del sistema sanitario, il peso delle disuguaglianze economiche e sociali, l’inquinamento e la riduzione della biodiversità: la diffusione del Covid-19 ha fatto emergere numerose questioni socio-economiche che ora necessitano di risposte lungimiranti e urgenti. La Consulta scientifica del Cortile dei Gentili ha voluto contribuire al dibattito con il documento “Pandemia e resilienza” pubblicato in open access da CRN Edizioni. Alla base del lavoro vi è un’analisi multidisciplinare della situazione sociale ed economica determinatasi a seguito della diffusione del Coronavirus: la scarsità di risorse e le misure di contenimento della pandemia, infatti, hanno accentuato vulnerabilità e disuguaglianze, che il precedente modello di sviluppo aveva già alimentato, a scapito del benessere collettivo ed equamente distribuito. Ne hanno discusso: il prof Andrea Prencipe, la prof.ssa Paola Severino, Giuliano Amato, Mons. Raspanti e i professori Francesca Corrao (Luiss), Leonardo Becchetti (Tor Vergata) e Laura Palazzani (Università LUMSA), oltre alla dott.ssa Carla Collicelli (Cortile dei Gentili).
13. **Personale interno coinvolto:**
 - **Numero docenti in ETP:** 3
 - **Numero di amministrativi in ETP:** 3

- Numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): 2
- Numero di studenti e dottorandi: 50

14. Budget complessivo utilizzato: ND

15. Sito web o newsletter, pagine *social* e/o canale YouTube (se disponibili):

- [Sito web](#)
- [YouTube](#)

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):

- Locandina
- [Full text](#)

b. USA2020: “The Days After”

1. Data di svolgimento: 4-5/11/2020

2. Edizione nr.: ---

3. Titolo: USA2020: “The Days After”

4. Categoria prevalente di PE:

- organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)

5. **Obiettivi:** Comprendere e analizzare i risultati delle elezioni presidenziali USA 2020 e gli scenari economici e geopolitici del post-voto con un focus sul nuovo processo di voto a distanza, in tre appuntamenti digitali con studenti, docenti, esperti e mondo dell’informazione aperti al pubblico esterno.

6. Aree scientifiche coinvolte:

- 12. Scienze Giuridiche
- 13. Scienze Economiche e Statistiche
- 14. Scienze Politiche e Sociali

7. Dipartimenti coinvolti:

- Dipartimento di Scienze Politiche
- Dipartimento di Giurisprudenza

8. Soggetti terzi coinvolti nell’organizzazione:

- **Altre istituzioni pubbliche:** RAI 1
- **Imprese:** Sky, Corriere della Sera, La Repubblica

9. Dimensione geografica:

- Nazionale

10. Pubblici coinvolti:

- **Partecipanti individuali:** 949 visualizzazioni YouTube al 31/05/2021

11. Presenza di un sistema di valutazione: No.

12. Breve descrizione dell’iniziativa: USA 2020 “The Days After” è un’iniziativa di divulgazione e informazione per comprendere e analizzare i grandi appuntamenti politici, nazionali e internazionali. In occasione delle elezioni Presidenziali americane, il Press Office Luiss in collaborazione con i Dipartimenti ha organizzato tre incontri digitali in due giornate che hanno visto il coinvolgimento diretto di giornalisti (Mario De Pizzo, giornalista Tg1; Luigi Casillo, conduttore e giornalista Sky Tg24; Renato Coen, capo redattore esteri Sky Tg24; Maurizio Caprara giornalista del Corriere della sera; Alberto Flores D’Arcais corrispondente in America per La Repubblica), studenti (allievi del Master di Giornalismo e Comunicazione Multimediale Luiss e la redazione di RadioLuiss), docenti ordinari, ricercatori e pubblico interessato. Coinvolta anche la Luiss University Press con la presentazione di alcune pubblicazioni collegate al tema America.

- 04/11/2020 – ore 9:30 - “Il ritratto della nuova America attraverso le urne”
- Ospiti dell’incontro, i Professori Luiss Roberto D’Alimonte, Emiliana De Blasio e Sebastiano Maffettone, il Direttore della Scuola di Giornalismo Luiss Gianni Riotta, il giornalista del Corriere della Sera Maurizio Caprara. Modera il giornalista del TG1 Mario De Pizzo.
- 04/11/2020 – ore 14:30 - “Stati Uniti ed Europa, amici come prima?”
- Ospiti del dibattito, il Delegato del Rettore alla Internazionalizzazione Luiss Raffaele Marchetti, la Ricercatrice Luiss Maria Giulia Amadio Vicerè, il Direttore della Luiss School of Government Giovanni Orsina e il Direttore della Luiss School of Law Enzo Moavero Milanesi. Modera Luigi Casillo, giornalista Sky TG24.
- 05/11/2020 – ore 9:30 - “Stati Uniti e Asia, tra 'pivot' e competizione”
- Con Alberto Flores D’Arcais, Condirettore del Master Luiss in Comunicazione e Giornalismo Multimediale, e i Professori Luiss Silvia Menegazzi e Igor Pellicciari. Modera il Capo redattore esteri di SkyTG24, Renato Coen.

13. Personale interno coinvolto:

- **Numero docenti in ETP:** 12
- **Numero di amministrativi in ETP:** 6
- **Numero di studenti e dottorandi:** 10

14. Budget complessivo utilizzato: ND**15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):**

- Sito web

- YouTube:
 - [#TheDaysAfter - Il ritratto della nuova America attraverso le urne](#)
 - [#TheDaysAfter - Stati Uniti ed Europa, amici come prima?](#)
 - [#TheDaysAfter - Stati Uniti e Asia, tra 'pivot' e competizione](#)

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):

- Locandine

c. “Per una comunicazione gentile”

1. **Data di svolgimento:** 19/11/2020
2. **Edizione nr.:** ---
3. **Titolo:** Per una comunicazione gentile
4. **Categoria prevalente di PE:**
 - organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line)
5. **Obiettivi:** Il seminario si è posto l’obiettivo di svolgere una riflessione sul funzionamento degli ecosistemi comunicativi digitali e del loro impatto sulla democrazia.
6. **Aree scientifiche coinvolte:**
 14. Scienze Politiche e Sociali
7. **Dipartimenti coinvolti:**
 - Dipartimento di Scienze Politiche
8. **Soggetti terzi coinvolti nell’organizzazione:**
 - **Università / enti di ricerca:** ALMED Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo dell’Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
 - **Altre istituzioni pubbliche:** CIDU Comitato Interministeriale per i Diritti Umani
9. **Dimensione geografica:**
 - nazionale
10. **Pubblici coinvolti:** ND
11. **Presenza di un sistema di valutazione:** No.
12. **Breve descrizione dell’iniziativa:** L’esplosione del disordine informativo, delle fake news e delle forme di odio in rete hanno costretto a un ripensamento – anche teorico – del funzionamento degli ecosistemi comunicativi digitali e del loro impatto sulla democrazia. “Ecologia dei media:

Manifesto per una comunicazione gentile” è, non a caso, il titolo dell’ultimo libro di Fausto Colombo e costituisce il punto di partenza per una riflessione su un tema che appare sempre più importante sia per i risvolti sociali sia per le dinamiche di manipolazione politica attraverso i media. Dai social media alle filter bubbles fino alle ultime frontiere della comunicazione politica, il seminario, svoltosi in modalità virtuale e che ha visto la partecipazione del Ministro Plenipotenziario Fabrizio Petri, si è posto come momento di riflessione su un punto importante del dibattito non solo scientifico: è possibile una comunicazione “gentile”?

Programma: Keynote speaker Fausto Colombo Direttore del Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano. Ne discutono: Min. Plen. Fabrizio Petri Presidente CIDU - Comitato Interministeriale per i Diritti Umani, Michele Sorice Direttore del Centre for Conflict and Participation Studies, Università Luiss Guido Carli, Emiliana De Blasio Coordinatrice del Centre for Conflict and Participation Studies, Università Luiss Guido Carli.

13. Personale interno coinvolto:

- Numero docenti in ETP: 2

14. Budget complessivo utilizzato: ND

15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale YouTube (se disponibili):

- [Sito web](#)
- [Articolo su Comunicazione Digitale Interattiva - Lo spazio virtuale di studenti e docenti del Master ALMED dell’Università Cattolica del Sacro Cuore](#)
- [Sito editore](#)

16. Eventuali allegati di approfondimento (es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa):

- Locandina

I.8.b – Monitoraggio delle attività di Public Engagement

Ateneo

1. **L’Ateneo conduce un monitoraggio, coordinamento e supporto delle attività di Public Engagement?** Sì; dal 2018 è entrata in produzione la procedura “Evento” gestita su piattaforma CRM Microsoft Dynamics 365 che registra e gestisce tutte le attività dell’Ateneo e dei Dipartimenti. Dal 2020 è stata introdotta una classificazione degli eventi per Missione (Prima, Seconda e Terza) con dettaglio per le attività di Public Engagement; mensilmente viene effettuato un monitoraggio degli inserimenti con integrazione dei dati relativi a sostenibilità e SDGs.

2. **Budget allocato per le attività di PE nell'anno:** ND; il budget degli eventi è aggregato e non è distinto per attività di PE.
3. **L'Ateneo organizza attività di formazione e aggiornamento sui temi della comunicazione della ricerca e del Public Engagement?** Nel corso del 2020, in relazione alle modifiche apportate alla piattaforma gestionale, sono stati organizzati 2 incontri di formazione sul tema del Public Engagement per il PTA:
 - 10/04/2020: Il redesign della procedura Evento su CRM Dyn365 e la Terza Missione (fruito da n. 61 PTA)
 - 25/09/2020: Procedura Eventi su CRM Dyn365: approfondimento Terza Missione–Public Engagement e sostenibilità (fruito da n. 33 PTA)

Dipartimenti

1. **I dipartimenti conducono un monitoraggio delle attività di Public Engagement?** Sì. Dal mese di aprile 2018 è entrata in produzione la procedura “Eventi” gestita su piattaforma CRM Microsoft Dynamics 365 che registra e gestisce tutte le attività. Nel 2020 è stata implementata una classificazione specifica per le attività di Public Engagement.
2. **Budget allocato per le attività di PE nell'anno:** ND; il budget degli eventi è aggregato e non è distinto per attività di PE.
3. **I dipartimenti organizzano attività di formazione e aggiornamento sui temi della comunicazione della ricerca e del Public Engagement?**

Il Dipartimento di Giurisprudenza ha elaborato, nel corso del 2019, un documento relativo al significato della Terza Missione per l'area giuridica e ne ha discusso nel corso del 2020. Si provvederà nel corso del prossimo anno a rinvenire momenti di monitoraggio e di confronto con i docenti, anche attraverso l'istituzione di un apposito Gruppo di lavoro mirante a definire queste problematiche. Si rifletterà, infine, al fine di attivare, almeno con cadenza annuale, iniziative di Dipartimento volte a diffondere la conoscenza dell'attività sia di ricerca sia di Terza Missione.

Evidenze documentali:

Comunicazione del Delegato alla Ricerca e Terza Missione del 08/03/2019.

Verbale n. 114 del Consiglio di Dipartimento del 21/01/2020.

Dipartimento di Economia e Finanza

Direttore del Dipartimento

Stefano Manzocchi

Delegato alla Ricerca e Terza Missione

Paolo Santucci De Magistris

Dipartimento di Impresa e Management

Direttore del Dipartimento

Alessandro Zattoni

Delegato alla Ricerca e Terza Missione

Valentina Meliciani

Altri componenti del Gruppo di Riesame

Andrea Miglionico

Dipartimento di Giurisprudenza

Direttore del Dipartimento

Antonio Punzi

Delegato alla Ricerca e Terza Missione

Bernardo Giorgio Mattarella

Dipartimento di Scienze Politiche

Direttore del Dipartimento

Sergio Fabbrini

Delegato alla Ricerca e Terza Missione

Thomas Christiansen

Altri componenti del Gruppo di Riesame

Vincenzo Emanuele

Luiss

Direzione Research, Third Mission & Sustainability

Via di Santa Costanza 53

00198 Roma

terza.missione@luiss.it