

.PIANO STRATEGICO D'ATENEIO.

2016-18

Proposta della Commissione per la Redazione del Piano Strategico
d'Ateneo 2016-18



.PIANO STRATEGICO D'ATENEO.

2016-18

SOMMARIO

- VALORI.....	p.2
- MISSIONE.....	p.3
- VISIONE.....	p.5
- CONTESTO DI RIFERIMENTO.....	p.8
• La Facoltà di Economia. Corsi di laurea attivati:	
• La Facoltà di Giurisprudenza. Corso di laurea attivato:	
• La ricerca	
• La School of Management	
• Scuola di Specializzazione delle Professioni Legali (SSPL)	
• Punti di forza dell'ateneo:	
• Punti di debolezza dell'ateneo:	
• Analisi dei trend generali del settore universitario	
• Implicazioni strategiche dell'analisi dei trend generali	
- OBIETTIVI, STRATEGIE, AZIONI.....	p.18
• Formazione	p.19
• Ricerca d'ateneo	p.29
• Territorialità: visione e missione	p.34
• Miglioramento processi di ateneo: visione e missione	p.38
• Post laurea: visione e missione	p.41
• Schede di sintesi	p.47

VALORI

I valori che ispirano l'Università LUM "JEAN MONNET" sono quelli che consentono di realizzare il libero, plurale e laico cammino lungo le vie della cultura. Un cammino individuale, d'animo e di intelletto, in cui ciascuno possa trovare i propri compagni nella crescita culturale affinché ogni successo individuale possa diventare anche un trionfo collettivo per la crescita sociale ed economica di una comunità.

Democraticità, repubblicanesimo, eticità del lavoro e libertà individuale di pensiero ed azione: questi i pilastri della Carta Costituzionale che la LUM, come Centro di studi giuridici ed economici si impegna a propagandare attraverso quello sviluppo della cultura, della ricerca e della didattica in cui sono i capaci ed i meritevoli ad emergere.

La LUM fu voluta e realizzata dal suo fondatore, il Senatore Giuseppe Degennaro, per dare corpo a questi valori; per renderli possibili in un territorio, il Mezzogiorno, che per essere protagonista doveva aprirsi all'Europa. Giuseppe Degennaro credeva fermamente che, con spirito imprenditoriale, ogni ostacolo potesse essere superato se ogni azione fosse

Un libero, plurale e
laico cammino lungo le
vie della cultura, per la
crescita sociale ed
economica delle
comunità e dei Territori

stata corroborata da una solida formazione e da un forte desiderio di conoscenza. La LUM è la realizzazione di questa ferma convinzione del Senatore Degennaro; e nel suo nome prosegue quel cammino di crescita che egli per primo intraprese.

La LUM pensa ad ogni studente, professore, ricercatore, ad ogni lavoratore in essa impegnato come ad un membro di una Comunità fortemente impegnata culturalmente sul territorio ma aperta alle esperienze ed alle innovazioni internazionali.

La LUM chiede ad ogni membro della sua Comunità di agire secondo una condotta etica in cui non sia mai posto ostacolo alla libertà di ricerca scientifica e di insegnamento. Ciò affinché la trasmissione del sapere possa avvenire sempre senza ostacoli e possa dispiegare sul piano delle concrete realizzazioni tutto il valore della natura dialogica insita nella interdisciplinarietà di ricerca e didattica.

La LUM intende operare come un volano per la valorizzazione delle competenze.

MISSIONE

La LUM “JEAN MONNET” intende porre le basi per trasformare la sua giovane storia nel momento iniziale di uno sviluppo che, sulla base dei valori trasmessi dal fondatore Senatore Giuseppe Degennaro, sia duraturo negli anni a venire, e che si caratterizzi con l’affermazione definitiva della propria Comunità studentesca ed accademica quale protagonista primaria della crescita culturale, sociale ed economica del Paese.

La LUM intende cominciare un nuovo cammino di crescita che, tappa dopo tappa, la porti ad essere modello di riferimento nel panorama delle Università non statali. Portando al suo interno le migliori prassi dei modelli internazionali di “*entrepreneurial university*”, la LUM darà corpo ad un “nuovo modo” di essere Università del Territorio. Motore di ogni cambiamento nel lungo periodo sarà la volontà di innovare: nuovi modelli, nuove regole, nuove prassi, una nuova organizzazione, nuove strutture. La LUM sarà una Comunità del sapere che attraverso la didattica, la ricerca, l’interconnessione stringente con le eccellenze della società civile si aprirà definitivamente alla realtà internazionale.

Innovare: nuovi modelli, nuove regole, nuove prassi, una nuova organizzazione, nuove strutture, per essere una Comunità del Sapere aperta al mondo

La LUM da eccellenza “territoriale” intende, nel tempo, divenire essa stessa un modello, trasferendo nella sua articolazione funzionale tutte le migliori prassi che vengono dal mondo dell’impresa. In tal modo formazione d’eccellenza, apprendimento continuo, ricerca specializzata, elaborazione dottrina innovativa, connessione diretta col mondo del lavoro saranno tutte componenti di un nuovo modo dell’Università di essere protagonista dello sviluppo

economico e sociale.

La LUM vuole specializzarsi ancor più in quegli ambiti degli studi economici e giuridici in cui vanta eccellenza già oggi. Ciò consentirà alla Comunità accademica di divenire punto di riferimento, nel Mezzogiorno, del dialogo internazionale sui temi dello sviluppo economico, della crescita sociale inclusiva e della diffusione degli istituti giuridici democratici e libertari. Per mezzo di una didattica

aperta, la LUM intende trasferire conoscenza alle nuove generazioni e, attraverso essi all'intera società in cui opera.

La LUM intende operare in modo da contribuire a creare in vero “sistema territoriale della ricerca” in cui le competenze dei ricercatori e degli imprenditori si integrino proficuamente. Le eccellenze accademiche di cui dispone - e che impegna quotidianamente sia nella didattica che nella ricerca - saranno parte di quella forza identitaria che consentirà alla LUM di primeggiare e, non disdegnando le logiche competitive, acquisire quei vantaggi che ne rafforzeranno l'attrattività sia sul piano locale sia su quello internazionale.

L'attrattività che la LUM cerca - e per cui impegnerà le proprie energie - verrà delineandosi nel tempo secondo due direttrici: verso la potenziale popolazione studentesca; ma anche verso quelle realtà produttive ed istituzionali che vorranno coinvolgere l'Ateneo nei loro programmi di sviluppo e ricerca.

La LUM aperta al “Territorio”, potrà attrarre maggiori risorse finanziarie dai privati fornendo loro “conoscenza” e risorse umane qualificate: un vero e proprio capitale intellettuale da impegnare per la crescita.

VISIONE

Sin dalla sua fondazione scopo principale entro cui trovare la ragione di ogni singola azione in seno all'Ateneo è stato quello di offrire alle nuove generazioni di giovani meridionali quella formazione d'eccellenza, armonizzata ai più alti standard nazionali ed internazionali, che fosse il principale volano di quella generale crescita culturale delle nuove classi dirigenti e produttive assolutamente indispensabile per favorire il rilancio economico e sociale del Mezzogiorno. Negli anni in cui la globalizzazione economica cominciava a dispiegare in maniera più incisiva i suoi effetti e balenavano appena le sue contraddizioni era apparso evidente che una nuova generazione di lavoratori, imprenditori, pubblici amministratori dovesse primariamente essere capace di rispondere alle sfide del cambiamento perenne, alle problematiche insite nel dover necessariamente generare innovazione per poter essere protagonisti e non passivi fruitori della modernizzazione.

Oggi quella primaria volontà di fornire strumenti per gestire le sfide della modernità non è venuta meno, ma si è rafforzata dinanzi ad una accentuazione sia del livello di internazionalizzazione del processo competitivo della crescita, sia della radicalizzazione del valore socialmente discriminante della abilità individuale e collettiva di essere attori propositivi nella economia della conoscenza.

La LUM quindi, più che in passato, si apre alle dinamiche internazionali della conoscenza diffusa, dello sviluppo delle competenze, della specializzazione competitiva ed

Partecipare alle
dinamiche
internazionali della
conoscenza diffusa,
dello sviluppo delle
competenze, della
specializzazione
competitiva ed
intelligente dei
Territori.

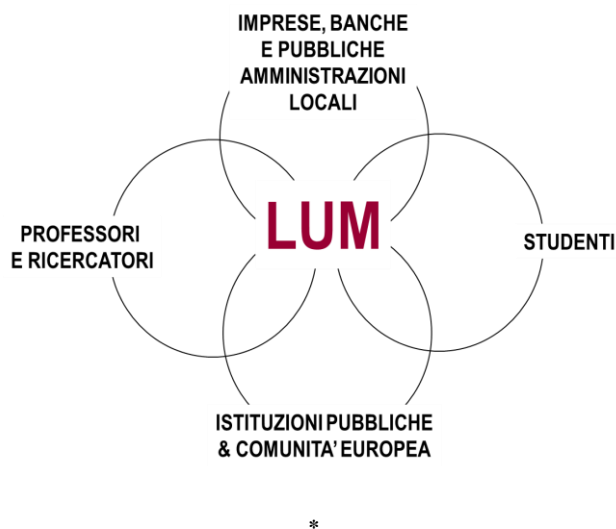
intelligente dei territori. La LUM, anche attraverso una progressiva ridefinizione della propria articolazione funzionale interna, intende accresce il proprio ruolo di protagonista della crescita socio-economica del territorio in cui è insediata, operando come attrattore della conoscenza esterna ed elaboratore di nuova progettualità.

*

La visione generale alla base delle politiche di sviluppo dell'Ateneo si fonda sulla volontà di dare attuazione a quattro fondamentali pilastri logici che costituiscono anche le direttrici di crescita di altrettante macro aree tematiche o “ambiti” in cui declinare gli obiettivi strategici:

1. *Internazionalizzazione*: ovverosia favorire quei processi che proiettano le attività della Facoltà verso altre realtà universitarie straniere;
2. *Innovazione*: ossia definizione di percorsi di miglioramento che possano interessare sia il “metodo” che di “contenuto”;
3. *Impatto*: ossia la possibilità di miglioramento del posizionamento della università nel contesto di azione socio-economica territoriale;
4. *Processo*: ossia il miglioramento della strutturazione organizzativa della Facoltà propedeutico al miglioramento della formazione o della ricerca.

La LUM si pone al centro di una rete di relazioni in cui i principali attori sociali ed istituzionali operano per favorire la crescita culturale e professionale degli studenti e, contestualmente da essi riceverne un contributo in termini di investimento intellettuale per il futuro di capitale umano altamente qualificato.



La rete di relazioni sarà al centro della interconnessione di tre strategie primarie di sviluppo:

- I. Strategia “*education-based*”;
- II. Strategia “*research-based*”;
- III. Strategia per il “*fund-raising*”.

I. STRATEGIA “EDUCATION-BASED”

Coinvolge Imprese, Banche e Pubbliche Amministrazioni locali, Professori e Ricercatori, Studenti

- *Obiettivi*: Aumentare il numero delle matricole; Attrarre studenti di talento

- *Key Value Drivers per attrarre studenti di qualità:* Placement; Qualità della didattica; Centralità dei corsi di studio; Relazioni con gli Alumni

II. STRATEGIA “RESEARCH-BASED”

Coinvolge Imprese, Banche e Pubbliche Amministrazioni locali, Professori e Ricercatori, Istituzioni Pubbliche e Comunità Europea

- *Obiettivi:* Pubblicazioni di qualità; Ricerche applicate e consulenza
- *Key value drivers per attrarre ricercatori di talento:* Reputazione dell’università e ranking; Research friendly environment

III. STRATEGIA PER IL “FUND-RAISING”

Coinvolge Imprese, Banche e Pubbliche Amministrazioni locali, Istituzioni Pubbliche e Comunità Europea

- *Obiettivi:* Public grants; Fund-raising internazionale.
- *Key value drivers per attrarre fondi:* Reputazione dell’Ateneo e ranking



*C*ONTESTO *DI* *RIFERIMENTO*



ANALISI DELLA SITUAZIONE «AS IS»

La LUM Jean Monnet:

- Nasce nel 1995 dall'esigenza di formare una classe dirigente competente e autorevole.
- Nell'Anno accademico 1996-1997 ottiene il riconoscimento da parte dell'«Action Jean Monet».
- Nel 2000 ottiene il riconoscimento da parte del MIUR.
- L'Università si compone di due Facoltà: Economia e Giurisprudenza
- All'attività didattica l'Università affianca un percorso di ricerca di base e applicata.
- Alle due Facoltà afferiscono due Dottorati di ricerca internazionali: il *Dottorato Internazionale in Teoria generale del processo* e il *Dottorato internazionale in The Economics and Management of Natural Resources*.
- Nell'ambito della formazione *post lauream* sono state istituite la Scuola di Management e la Scuola di Specializzazione per le Professioni Legali.

*

I. LA FACOLTÀ DI ECONOMIA. CORSI DI LAUREA ATTIVATI:

- a. Corso di *Laurea in Economia e Organizzazione Aziendale* (L18)
- b. Corso di *Laurea Magistrale in Economia e Management* (LM77)

*

a. Corso di *Laurea in Economia e Organizzazione Aziendale* (L18):

a.1 Analisi della situazione relativa agli iscritti:

- Nell'ultimo periodo si registra un trend stabile degli iscritti e un trend crescente di immatricolati.
- La maggior parte delle studenti proviene dalla Regione Puglia, e in particolare dall'Area metropolitana di Bari.
- Prevalgono studenti con maturità scientifica e provenienti dagli Istituti tecnici.
- La percentuale degli iscritti in corso è elevata.

- La votazione media degli esami sostenuti è soddisfacente.

È significativo il numero degli studenti che partecipano a programmi di mobilità internazionali in uscita.

a.2 Analisi dell'esperienza dello studente:

- Sono ampiamente positivi i giudizi degli studenti sull'esperienza universitaria (rapporto con i docenti, adeguatezza delle aule, postazioni informatiche, biblioteche, efficacia del titolo conseguito), sul coordinamento del percorso di studio e della didattica (la qualità della didattica, interesse per gli insegnamenti, il rispetto degli orari, la reperibilità del docente, l'adeguatezza dei materiali didattici, l'utilità delle attività didattiche integrative)

a.3 Le relazioni con il mondo del lavoro:

- Buona parte dei laureati prosegue l'attività formativa iscrivendosi a un corso di laurea magistrale
- La percentuale dei laureati non occupati è diretta conseguenza delle caratteristiche del percorso di triennale di studio che, come tale, molto spesso necessita di un ulteriore periodo di formazione.
- Molto significativo il numero dei tirocini e stage attivati durante il percorso di studio

*

b. Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management (LM77):

b.1 Analisi della situazione relativa agli iscritti:

- Nell'ultimo periodo si registra un trend crescente degli iscritti.
- La maggior parte delle studenti proviene dalla Regione Puglia, e in particolare dall'Area metropolitana di Bari.
- La percentuale degli iscritti in corso è elevata.
- La votazione media degli esami sostenuti è molto soddisfacente.

b.2 Analisi dell'esperienza dello studente:

- Sono ampiamente positivi i giudizi degli studenti sull'esperienza universitaria (rapporto con i docenti, adeguatezza delle aule, postazioni informatiche, biblioteche, efficacia del titolo conseguito), sul coordinamento del percorso di studio e della didattica (la qualità della didattica, interesse per gli insegnamenti, il rispetto degli orari, la reperibilità del docente, l'adeguatezza dei materiali didattici, l'utilità delle attività didattiche integrative)

b.3 Le relazioni con il mondo del lavoro:

- La percentuale dei laureati occupati è rilevante ed è in crescita.
- Significativa la percentuale dei laureati che ha una occupazione a tempo indeterminato.
- Significativo il numero dei tirocini e stage attivati durante il percorso di studio.

*

II. LA FACOLTÀ DI GIURISPRUDENZA. CORSO DI LAUREA ATTIVATO:**a. Laurea Magistrale in a ciclo unico in Giurisprudenza (LMG/01)****a.1 Analisi della situazione relativa agli iscritti:**

- Nell'ultimo periodo si registra una lieve flessione degli iscritti, meno significativa del dato negativo degli iscritti nelle Facoltà di Giurisprudenza a livello nazionale.
- La maggior parte delle studenti proviene dalla Regione Puglia, e in particolare dall'Area metropolitana di Bari.
- Prevalgono studenti con maturità scientifica e classica.
- La percentuale degli iscritti in corso è molto elevata.
- La votazione media degli esami sostenuti è soddisfacente.
- È poco significativo il numero degli studenti che partecipano a programmi di mobilità internazionali in uscita e in entrata, tenuto conto delle specificità nazionale del corso di studio.

a.2 Analisi dell'esperienza dello studente:

- Sono ampiamente positivi i giudizi degli studenti sull'esperienza universitaria (rapporto con i docenti, adeguatezza delle aule, postazioni informatiche, biblioteche, efficacia del titolo conseguito), sul coordinamento del percorso di studio e della didattica (la qualità della didattica, interesse per gli insegnamenti, il rispetto degli orari, la reperibilità del docente, l'adeguatezza dei materiali didattici, l'utilità delle attività didattiche integrative)

a.3 Le relazioni con il mondo del lavoro:

- È buona la percentuale dei laureati occupati.
- Al conseguimento del titolo, una parte dei laureati prosegue l'attività formativa nell'ambito delle Scuole di Specializzazione per le Professioni Legali.
- Poco significativo il numero dei tirocini e stage curriculari ed extracurriculari

*

III. LA RICERCA:

- I docenti strutturati (Professori di I e II fascia e Ricercatori) sono 39 (23 per la Facoltà di Giurisprudenza e 16 per la Facoltà di Economia).
- L'Ateneo LUM Jean Monnet ha sviluppato attività di ricerca (soprattutto individuali) di buona qualità.
- Negli ultimi anni l'Ateneo, seppur in uno scenario caratterizzato da risorse finanziarie limitate, ha incrementato i fondi destinati ai progetti di ricerca (sia individuali che collettivi)
- Negli ultimi anni l'Ateneo ha notevolmente incrementato il numero dei progetti di ricerca, che hanno visto la sua diretta o indiretta partecipazione.
- Ha aderito a numerosi programmi di Dottorato aventi sede amministrativa presso altri Atenei, finanziando borse di studio.
- Ha istituito Dottorati di ricerca internazionali (il *Dottorato in Teoria generale del processo* e il *Dottorato internazionale in The Economics and Management of Natural Resources*), in partnership con diversi Atenei stranieri.
- I Dottorati di ricerca hanno ottenuto finanziamenti dal mondo delle imprese.
- I docenti partecipano a collegi di dottorato attivati presso altri Atenei.
- Ha intrapreso relazioni con istituzioni pubbliche e private (ad es., NOMISMA, CONFAPI, Enti locali), al fine di sviluppare specifici progetti di ricerca.
- Ha organizzato numerosi convegni e seminari nazionali e internazionali, finalizzati alla comunicazione dei risultati ottenuti con l'attività di ricerca.
- I docenti partecipano a titolo personale a programmi di ricerca finanziati da parte di Enti pubblici e private italiani e stranieri.
- Sono stati sottoscritti accordi di collaborazione con editori nazionali per la creazione di collane di Ateneo nelle quale pubblicare i risultati della ricerche
- Al fine di sviluppare e migliorare i processi di ricerca, si è notevolmente ampliato il numero di testi, volumi, codici, riviste, banche dati (nazionali e internazionali, consultabili anche in modalità off-line) della biblioteca dell'Ateneo.
- L'Ateneo è da molto tempo impegnato in collaborazione con altre università e centri di ricerca nella ricerca applicata finalizzata alla promozione del trasferimento tecnologico verso il mondo delle

imprese. Si evidenzia la partecipazione al progetto ILO, coordinato dall'ARTI Puglia e al Progetto D.A.Re.

*

IV. LA SCHOOL OF MANAGEMENT

a. I prodotti erogati:

- Master Universitari
- Executive Master
- Corsi di Alta Formazione e Specializzazione
- Summer School
- School of Business English

Si registra un rilevante numero (con trend in crescita) dei Master Universitari e dei Corsi di Alta Formazione e Specializzazione attivati.

b. Gli iscritti:

Rilevante numero di iscritti con trend in forte crescita in particolar modo per i Corsi di Alta Formazione

c. Le collaborazioni attivate:

Circa 250 collaborazioni e partnership attivate, tra cui si ricordano:

- L'accreditamento ASFOR (soci ordinari)
- Le collaborazioni con Istituti di Ricerca e Pubbliche Amministrazioni
- Gli accreditamenti presso gli Ordini Professionali
- l'Accreditamento presso l'International Project Management Association (IPMA)
- la partnership con l'INPS nell'ambito del progetto Valore P.A.

*

V. SCUOLA DI SPECIALIZZAZIONE DELLE PROFESSIONI LEGALI (SSPL)

- Istituita ai sensi del DM 537/99, la SSPL ha la finalità di fornire, mediante un approfondimento teorico e principalmente pratico, una formazione volta a sviluppare le attitudini e le competenze necessarie per intraprendere la carriera di magistrato o la professione di avvocato e di notaio.

- Ha un numero di iscritti superiore alle medie registrate a livello nazionale; si evidenzia, tuttavia, una leggera flessione del numero degli immatricolati, che riflette una tendenza nazionale legata a talune riforme di equiparazione del titolo agli stage svolti presso le strutture giudiziarie.
- Sono molto sviluppate le partnership con le strutture giudiziarie e con studi legali nazionali e internazionali.
- Particolarmente l'attività di organizzazione di seminari e convegni

*

VI. PUNTI DI FORZA DELL'ATENEO:

- Radicamento sul territorio
- Studenti in corso
- Media alta degli esami
- Apprezzamento della qualità della docenza e positivi giudizi degli studenti sull'esperienza universitaria
- Per la Facoltà di Economia (laurea triennale) trend crescente del numero degli immatricolati
- Per la Facoltà di Economia (laurea triennale) significativo il numero degli studenti che partecipano a programmi di mobilità internazionale in uscita
- Per la Facoltà di Economia significativo il numero dei tirocini e degli stage durante il percorso di studio
- Rilevante la percentuale dei laureati occupati per le Lauree magistrali per entrambe le Facoltà
- Sviluppo di ricerca individuale di buona qualità
- Incremento dei fondi di Ateneo destinati ai progetti di ricerca individuali e collettivi
- Sviluppo di programma di dottorato internazionali
- Relazioni con partner (privati e pubblici) nello sviluppo di progetti di ricerca
- Incremento delle risorse specifiche (testi, volumi, banche dati) finalizzate al miglioramento dei processi di ricerca
- Trend crescente degli iscritti ai master universitari e i corsi di alta formazione della Scuola di Management
- Elevato numero di collaborazioni e di partnership attivate dalla Scuola di Management e dalla Scuola di Specializzazione delle Professioni Legali

*

VII. PUNTI DI DEBOLEZZA DELL'ATENEO:

- Non elevato voto in ingresso per gli immatricolati di entrambe le Facoltà
- Scarsa capacità di attrarre studenti provenienti da altre Regioni e da altri Paesi
- Per la Facoltà di Giurisprudenza si registra un trend negativo nelle immatricolazioni pure (sebbene non marcato rispetto al dato nazionale)
- Sviluppo limitato dei programmi di mobilità internazionale degli studenti in entrata; per la Facoltà di Giurisprudenza si registrano anche problemi connessi con la mobilità internazionale degli studenti in uscita
- Sviluppo limitato dei programmi di mobilità internazionale dei docenti in entrata e in uscita
- Sviluppo limitato dei progetti di ricerca di rilevanza internazionale (a cominciare dai progetti sottoposti a valutazione peer review) e cofinanziati
- Per la Facoltà di Giurisprudenza limitato il numero dei tirocini e degli stage durante il percorso di studio
- Trend decrescente degli iscritti alla Scuola delle Professioni Legali (dipendente dal nuovo contesto normativo)
- Numero limitato dei tirocini extracurriculari
- Strutture fisiche (immobili, aule, aule studio) e dotazioni tecnologiche/informatiche che, rispetto alle attuali esigenze dell'Ateneo, sono ancora in fase di adeguamento tramite implementazione.
- Per la Facoltà di Economia ritardo nel completamento degli organici dei docenti

*

VIII. ANALISI DEI TREND GENERALI DEL SETTORE UNIVERSITARIO

- I. Una crescente mobilità internazionale degli studenti e della faculty
 - a. **STUDENTI:** Una recente stima dell'OECD (2014) evidenzia come gli **studenti** iscritti a programmi universitari al di fuori del proprio paese di origine siano ad oggi oltre **4.5 milioni**. Di questi oltre il 50% provengono dall'Asia (principalmente **Cina, India e Korea**) si muovono in modo prevalente verso paesi di lingua inglese (Australia, Canada, UK, e Stati Uniti).
 - b. **FACULTY:** Secondo alcuni recenti stime della UE, **oltre il 56% dei ricercatori europei** ha avuto significative esperienze di studio e ricerca al di fuori del proprio paese di origine. Questo è solitamente associato ad un **miglioramento della produttività scientifica**.

- c. **PARTNERSHIP**: Si osserva peraltro una significativa crescita degli **accordi di partnership** tra Università di diversi paesi rivolta alla realizzazione di programmi di **double degree** e di **cooperazione internazionale** su programmi di ricerca

II. Un crescente peso della ricerca nella valutazione della qualità

- a. L'azione valutativa operata dagli Organi Ministeriali centrali da quanto è passata sostanzialmente nelle mani delle Agenzie specializzate e delegate alla funzione, si è via via configurata come valutazione ex-post in cui hanno assunto un crescente peso criteri oggettivi basati su indicatori condivisi il cui limite è però quello di privilegiare gli aspetti quantitativi (facilmente misurabili) a quelli soggettivi. Il limite evidente sta nel non tenere conto adeguatamente del fattore temporale che, di ogni programma di ricerca è elemento essenziale: la capacità di impatto della ricerca ha spesso tempi molto più lunghi di quelli a breve termine delle valutazioni ministeriali.

III. Un ruolo importante della tecnologia a servizio delle attività didattiche e di servizio agli studenti

- a. L'impatto delle nuove tecnologie ha effetto sia in termini di nuove metodologie didattiche, sia per la necessità di fornire efficaci servizi agli studenti
- b. Sul piano delle **metodologie didattiche**, anche Università blasonate (italiane ed estere) stanno investendo in programmi di formazione di massa on line (MOOC) rivolti ad ampliare la propria visibilità sul contesto internazionale;
- c. Per quanto riguarda i servizi agli studenti, occorre tenere conto che le nuove generazioni hanno un rapporto molto stretto con la tecnologia e ricercano sempre più una comunicazione e interazione basata su Internet e attraverso gli smartphones (si pensi all'iscrizione agli esami, la gestione della propria agenda, lo svolgimento delle principali pratiche amministrative, gli orari delle lezioni, la gestione di documenti, ecc.)

IV. Il crescente peso della «terza missione» dell'Università per lo sviluppo delle relazioni con i principali stakeholders e per lo sviluppo di iniziative a supporto della crescita del territorio

- a. Il ruolo delle Università è sempre più orientato al servizio del territorio in cui operano, attraverso lo sviluppo di relazioni con i principali stakeholders di riferimento orientate a:
- b. Realizzare progetti di formazione e ricerca intervento mirati alle esigenze delle imprese e delle istituzioni (bancarie, pubbliche) del territorio;
- c. Favorire il trasferimento tecnologico della ricerca sviluppata in seno ai dipartimenti di ricerca, contribuendo allo sviluppo di nuove iniziative imprenditoriali originate all'interno del contesto universitario (spin-off universitari e startup innovative)

- d. Favorire una più rapida introduzione dei laureati nel mondo del lavoro, grazie anche ad una concertazione sui percorsi formativi maggiormente richiesti
 - e. Contribuire in modo innovativo alla crescita della competitività del territorio
- V. Una strutturale riduzione dei contributi pubblici erogati per il supporto dell'istruzione superiore
- a. A fronte di una crescente richiesta di qualità (e al connesso investimento), si verifica una sostanziale riduzione del supporto pubblico al sistema universitario e della ricerca e ad un migliore indirizzo verso i sistemi in grado di realizzare meglio una ricerca e una offerta di qualità

*

IX. IMPLICAZIONI STRATEGICHE DELL'ANALISI DEI TENDI GENERALI

I trend qui descritti sono estremamente **interconnessi** e riflettono, da un lato, potenziali **criticità** per gli Atenei che non saranno in grado di coglierli; dall'altro lato, rappresentano straordinarie **opportunità** di sviluppo:

- a. In chiave **internazionale**, intercettando il desiderio dei tanti stranieri che desiderano venire in Italia per una formazione di qualità;
- b. Su base **locale**, contribuendo allo sviluppo del territorio e al miglioramento della sua competitività anche consentendo una sua progressiva internazionalizzazione e crescita di imprenditorialità innovativa



*O*BIETTIVI

*S*TRATEGIE

*A*ZIONI



FORMAZIONE

Obiettivo d'Ateneo.

Riorganizzare l'offerta formativa e l'attività didattica della Facoltà, al fine di aumentare la capacità dei corsi di laurea di attrarre un maggior numero di studenti a livello nazionale e internazionale, aumentando anche il livello qualitativo degli studenti in entrata e migliorando la qualità e l'efficacia delle competenze acquisite con la laurea.

Strategie.

Strategia A1- (Facoltà Giurisprudenza). Facilitare l'accesso e la permanenza nel mondo del lavoro, qualificando i percorsi di formazione professionalizzante.

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *La Facoltà di Giurisprudenza, attraverso una maggiore razionalizzazione dei piani formativi dei Corsi ad essa afferenti, intende collegarsi più direttamente alle istanze provenienti dal contesto socio-economico, recependone le principali esigenze di formazione emergenti. Si opererà per l'interdisciplinarietà, favorendo il miglioramento delle qualità degli studenti in entrata e soprattutto in uscita, fornendo maggiori servizi e maggiori opportunità di stage, garantendo un innalzamento ulteriore degli standard formativi che consentano agli studenti un più semplice approccio alla formazione post-lauream.*

Azioni:

A1.1 Razionalizzare il piano formativo del corso di laurea magistrale in giurisprudenza, tenendo conto delle istanze territoriali, nazionali ed internazionali verso nuove figure professionali che utilizzino le competenze giuridiche, al di là delle professioni legali tradizionali: ad esempio, l'avvocato d'affari internazionale ovvero l'avvocato esperto della crisi d'impresa e degli strumenti per la sua risoluzione. A tal fine, inserire nel percorso formativo - nei limiti consentiti dall'attuale ordinamento degli studi ministeriale, ovvero da quello che verrà approvato a conclusione del

processo di riforma già avviato – insegnamenti delle aree economiche ed aziendalistiche, e potenziare le aree giuridiche internazionalistiche, commercialistiche e processualistiche.

A1.2 Predisporre un corso di laurea triennale mirato alla preparazione di figure professionali nuove che:

- tenendo conto delle istanze territoriali, possano operare che possa agire nel mondo della piccola e media impresa e degli enti e che abbia, quindi, conoscenze trasversali ed integrate, di carattere economico – aziendalistico e giuridico;
- possano operare nel territorio di riferimento – e a livello nazionale ed internazionale – con riguardo alle problematiche di carattere penale, previdenziale, sanitario e politico legate alla questione della immigrazione clandestina.

A1.3 Razionalizzare l'interdisciplinarietà dei percorsi di cui ai punti a) e b), coordinandone il contenuto con i corsi di laurea della Facoltà di Economia, specialmente il corso magistrale biennale, al fine di consentire in tempi adeguati il conseguimento di entrambe le lauree delle classi giuridiche ed economiche.

A1.4 Incrementare l'offerta formativa di masters professionalizzanti che presentino un accentuato carattere interdisciplinare tra le due facoltà di giurisprudenza ed economia.

A1.5 Migliorare la qualità e l'efficacia delle competenze acquisite con la laurea, anche attraverso l'incremento delle modalità della didattica che prevedano momenti fortemente professionalizzanti in comune tra gli studenti dei diversi anni di Corso (attività seminariali e testimonianze di esperti provenienti dal mondo delle imprese e delle professioni; role-playing e simulazioni di varia natura; business game; analisi di casi; ecc.).

A1.6 Incrementare gli stages professionalizzanti presso imprese, enti e studi legali, specialmente internazionali.

Strategia A2 – (Facoltà Economia) Consolidare il posizionamento innovativo sul territorio dell’offerta didattica della facoltà di Economia attraverso un miglioramento della proiezione internazionale, delle competenze trasversali e delle opportunità di employability a livello locale e nazionale.

OBIETTIVO D’AREA SETTORIALE: *La Facoltà di Economia intende consolidare l’offerta formativa attuale già calibrate sulle principali istanze del settore tecnico disciplinare. Si opererà per un incremento dei servizi offerti connessi ai Corsi attraverso il potenziamento delle iniziative laboratoriali in connessioni con il mondo dell’impresa, un rafforzamento del “placement”, una più significativa internazionalizzazione delle attività promosse dalla Facoltà. Si intende operare affinché si creino sinergie con la Scuola di Management d’Ateneo che favoriscano un più razionale percorso di transizione degli studenti dalla formazione istituzionale al “post-laurea”.*

Azioni:

A2.1 Consolidare l’offerta formativa attuale, incrementando le attività di Placement e di sviluppo della soft skill di problem solving e di team working, fondamentali per un decisivo miglioramento della employability dei nostri laureandi e laureati;

A2.2 Migliorare l’offerta formativa della laurea magistrale in economia e management attraverso un potenziamento delle iniziative applicate con un rafforzamento dei laboratori e delle testimonianze aziendali all’interno dei corsi, in modo da favorire un progressivo potenziamento delle conoscenze acquisite con la laurea;

A2.3 Avviare un coordinamento con la Facoltà di Giurisprudenza per cercare di favorire l’ingresso dei laureati magistrali in Giurisprudenza della LUM al secondo anno della Laurea magistrale in Economia e management;

A2.4 Ampliare l’offerta formativa internazionale con un triennio in International management & Finance interamente in lingua inglese, in collaborazione con università straniere di prestigio, che prevedano almeno un anno da svolgersi all’estero e che consenta l’attribuzione di un “double degree”;

A2.5 Modificare l’offerta formativa della Laurea magistrale con un biennio in Innovation Management & Digital Marketing che sostituisca l’attuale International Management;

A2.6 Avviare un coordinamento con la Scuola di Management per razionalizzare l'offerta formativa post graduate, favorendo la specializzazione dei programmi ed esaltando le sinergie nelle “side activities” (testimonianze, laboratori, placement).

Strategia B). Migliorare la qualità degli studenti in entrata, incrementando il numero degli iscritti che abbiano avuto una elevata formazione nella scuola media superiore.

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Ateneo intende mettere in opera azioni mirate sul territorio, che favoriscano l'incremento dell'interesse degli studenti medi verso le tematiche oggetto dei Corsi proposti dalla due Facoltà. L'Università si pone l'obiettivo di favorire l'ingresso nella sua comunità studentesca dei giovani più preparati e pronti emotivamente alle sfide della conoscenza e del lavoro. La LUM, intendendo promuovere esclusivamente il merito, porrà in essere iniziative che consentano di superare gli eventuali limiti economici che dovessero impedire l'accesso ai Corsi agli studenti meritevoli.*

Azioni:

B1.1 Definire e realizzare di una più incisiva politica di incentivazione del merito tramite ampliamento delle borse di studio premiali sia del percorso di studi della scuola dell'obbligo conclusi, sia del percorso di studi progressivamente realizzato all'interno dell'Ateneo.

B1.2 Pubblicizzazione, secondo una tempistica più efficace, di tutte le iniziative premiali del merito. Realizzare questo per perseguire una doppia finalità: ottenere una più efficace caratterizzazione dell'Ateneo come luogo di realizzazione individuale e collettiva dell'eccellenza formativa scevra dai limiti della capacità reddituale; consentire, in fase di ingresso, di ovviare a quegli involontari meccanismi di esclusione per censo dei potenziali iscritti qualitativamente valorizzabili. Questo comporta la necessità di destinare specifici fondi dell'Ateneo per l'istituzione di borse/premi per gli studenti meritevoli.

B1.3 Incrementare l'attività di orientamento nei licei classici e scientifici della regione Puglia, anche istituendo appositi percorsi formativi sulla legalità che consentano agli studenti delle scuole superiori di maturare crediti formativi scolastici.

BI.4 Migliorare i processi di comunicazione, per veicolare al meglio all'esterno tutte le azioni intraprese dall'Università per migliorare la qualità degli studenti in entrata ed in uscita e per facilitare il loro inserimento, ai più alti livelli, nel mondo del lavoro.

BI.5 Coinvolgere direttamente in azioni sinergiche, già in fase progettuale delle iniziative, l'Ufficio Comunicazione, l'Ufficio Orientamento e Placement e la rete degli ALUMNI: ciò al fine di evitare il meccanicismo della progettualità con scarso appetibilità sul piano comunicativo; o, di contro, azioni di comunicazioni non pienamente efficaci a veicolare obiettivi e risultati raggiunti a seguito delle iniziative.

Strategia C). Incrementare il numero degli studenti internazionali di scambio, in entrata ed in uscita, (Erasmus ed altro) ed il numero degli studenti stranieri iscritti ai corsi di laurea della Facoltà.

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Ateneo vuole operare per favorire l'incremento dei processi di internazionalizzazione della propria offerta formativa, in modo da risultare maggiormente attrattiva per gli studenti stranieri ed al contempo consentire una più sistematica partecipazione degli studenti italiani a Corsi attivati in università straniere con cui si siano stipulati accordi di partenariato formativo.*

Azioni:

CI.1 Istituire presso le Facoltà Corsi di lingua italiana destinati agli stranieri che si iscrivono ai corsi di laurea della Facoltà e agli studenti provenienti da altre Università estere per programmi di scambio internazionale.

CI.2 Istituire presso le Facoltà Corsi di lingua straniera destinati agli studenti della Facoltà in partenza verso Università straniere per programmi di scambio internazionale (Erasmus ed altro).

CI.3 Incrementare gli accordi con università straniere, per lo scambio di studenti e docenti. Nell'ambito di tali accordi, incrementare le visite di docenti stranieri per lo svolgimento di cicli di lezioni nell'ambito dei programmi dei corsi di insegnamento attivati presso la Facoltà di Giurisprudenza.

CI.4 Incrementare la didattica in lingua inglese e attivare nell'ambito dei corsi di laurea insegnamenti e/o Moduli da svolgere in lingua inglese.

CL.5 Concludere accordi con università straniere per l'istituzione di titolo doppio, o multiplo o congiunto.

CL.6 Adottare idonee misure premiali per sostenere gli studenti extracomunitari privi di reddito, ma meritevoli.

Strategia D). Favorire la regolarità negli studi, nel rispetto di una valutazione rigorosa.

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *l'Università intende incrementare i servizi allo studio e abbassare i tempi medi di completamento del percorso di formazione dei propri studenti. Intende far sì che gli studenti impegnati nelle attività formative dell'Ateneo, possano rapidamente e fruttuosamente portare a termine ogni impegno in modo da confrontarsi il prima possibile con la realtà del mondo del lavoro.*

Azioni:

D1.1 Adottare idonee misure di sostegno allo studio degli studenti lavoratori (non frequentanti) e degli studenti fuori corso - soprattutto con l'istituzione, per ciascun insegnamento, di tutors dedicati -, mirate al conseguimento di una preparazione seria ed adeguata per il superamento degli esami ed il raggiungimento della laurea in tempi ragionevoli.

D1.2 Adottare delle modalità di esame che, soprattutto attraverso la possibilità di verifiche intermedie, consentano di ripartire il carico di studio in maniera del tutto coerente con il periodo di frequenza dei singoli corsi (semestrali o annuali).

Strategia E) Costruire il network degli studenti LUM che favorisca la sia compartecipazione agli eventi ed alle attività universitarie orientate al territorio, sia l'utilizzo in chiave propositiva delle esperienze e delle professionalità degli ex studenti collocati nel mondo del lavoro

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Ateneo intende avviare la costruzione di una vera e propria rete di relazioni tra gli ex-studenti dell'Università. Nonostante la giovane età dell'Ateneo, il numero di ex-studenti ha ormai raggiunto cifre ragguardevoli. Tantissimi di loro non soltanto sono entrati proficuamente nel mondo del lavoro, ma hanno raggiunto posizioni di carriera assolutamente apprezzabili. Inoltre essi operano nelle istituzioni pubbliche e in numerosissime imprese e società collocate all'estero. La costituzione di una rete strutturata di ex-studenti LUM consentirebbe all'Ateneo di incrementare la propria visibilità, e la propria capacità di connettersi con il mondo del lavoro, trasmettendo inoltre ai propri attuali studenti un senso di sicura appartenenza ad una comunità che li accompagnerà nella propria vita.*

Azioni:

E1.1 Istituzione di una associazione ALUMNI LUM;

E1.2 costruzione di un database completo di tutti i laureati LUM, costantemente aggiornato. Il database deve contenere informazioni relative al curriculum professionale dei laureati;

E1.3 Coinvolgimento continuo, in fase propositiva ed in fase realizzativa, degli ALUMNI in ogni iniziativa dell'Ateneo aperta al territorio, con particolare attenzione alle attività di Orientamento in ingresso e alle realizzazioni inerenti il Placement Universitario (Job meetings, career days, ecc);

E1.4 Coinvolgimento della rete professionale di conoscenza dei singoli ALUMNI nella costruzione di percorsi formativi post lauream;

E1.5 Utilizzo, in fase di promozione e comunicazione delle opportunità offerte dall'Ateneo, del patrimonio esperienziale e professionale degli ALUMNI

Strategia F) Incrementare la qualità della docenza e razionalizzare l'utilizzazione dei docenti e ricercatori, al fine di incrementare la qualità della didattica erogata nell'Ateneo.

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Università intende puntare sulla specializzazione e sull'incremento qualitativo degli standard di docenza già elevati. Per ottenere ciò intende sia operare sulle risorse interne già disponibili, razionalizzando il loro utilizzo tra le diverse aree del loro individuale impegno; sia provvedere ad un reclutamento di personale docente secondo requisiti maggiormente stringenti di eccellenza didattica.*

Azioni:

FI.1 Istituire una apposita figura unica di Responsabile della Didattica che abbia il compito precipuo di coordinare la didattica erogata nelle diverse strutture dell'Ateneo, al fine di assicurare la necessaria comunicazione tra le strutture medesime e garantire una più razionale utilizzazione delle risorse di docenza, elevando nel contempo la qualità della didattica. Tale Responsabile, la cui attività è svolta in stretto coordinamento con le Facoltà e le Scuole dovrebbe alimentare e gestire un database attinente le disponibilità all'impegno da parte del personale docente: ciò al fine di distribuire i carichi di docenza, secondo competenza, entro le diverse attività formative pre e post-lauream proposte dall'Ateneo.

FI.2 Istituire una apposita Commissione per il reclutamento dei docenti strutturati, dei docenti a contratto e dei ricercatori, nella quale siano rappresentate le diverse Facoltà e che abbia il compito di verificare, ai fini della chiamata dei docenti strutturati o della conclusione dei contratti con i ricercatori a tempo determinato e con i docenti non strutturati, il rispetto di elevati standard di qualità dei docenti e ricercatori interessati.

Strategia G) incrementare significativamente la capacità dell'Area Placement Universitario di relazionarsi con le realtà produttive ed amministrative del territorio al fine di ottenere un doppio scopo: rafforzare ed ampliare la rete degli attori economico-sociali direttamente coinvolti nella realizzazione delle attività curriculari ed extra-curriculari previste dai corsi di studio; incrementare la capacità collocativa di ogni iniziativa formativa progettata e realizzata dall'Ateneo.

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *Da tempo, le progressive riforme del lavoro degli ultimi anni, hanno riconosciuto alle Università il compito ulteriore di svolgere attività di sostanziale intermediazione tra domanda e offerta di lavoro con azione diretta sulle dinamiche della transizione scuola-lavoro. Le Università partecipano direttamente ai mutamenti del mercato del lavoro e, tramite l'attuazione delle politiche di "lifelong-learning", sono attori privilegiati dello sviluppo e valorizzazione del capitale umano. La LUM si pone come obiettivo quello di essere compartecipe protagonista del processo di sviluppo Territoriale; ciò implica capacità di rafforzare alleanze strategiche sia con il mondo dell'impresa, sia con quello delle Istituzioni e delle parti sociali in modo da dare, per quanto è proprio di una Università, il proprio contributo in termini progettuali e formativi delle risorse umane coinvolte, alla governance del sistema socio-economico locale. Principale, ma non unico, realizzatore di un tale obiettivo è l'Area funzionale Placement Universitario, a cui è demandato il compito precipuo di raccordare in fase realizzativa, con spiccata opera di intermediazione, la politiche formative dell'Ateneo con il tessuto socio-economico territoriale con una specifica attenzione alle dinamiche del relativo mercato del lavoro. In particolare si conterranno specifiche azioni diretta sul corpus dei laureandi e laureati con iniziative costanti di: consulenza per l'orientamento professionale; supporto per la ricerca attiva del lavoro; seminari tematici; career days; job meetings; attività di mediazione tra chi cerca e chi offre lavoro. Anche attraverso il Placement universitario, la LUM favorisce la crescita del livello di occupabilità del nuovo capitale umano specializzandolo e rendendolo protagonista di un continuo processo di alta formazione continua.*

Azioni:

G1.1 Valutazione su base quali-quantitativa della effettiva capacità dell'attuale Ufficio Placement di assolvere alla funzione assegnata secondo gli obiettivi d'area che gli Organi decisionali d'Ateneo stabiliranno;

G1.2 Accorpamento in un'unica area settoriale delle funzioni di Orientamento e Placement universitario, con conseguente individuazione di un responsabile unico e di responsabili di funzione;

G1.3 Costruzione di un database unico del Placement universitario, costantemente aggiornato;

G1.4 Presentazione al Senato Accademico di una relazione semestrale di dettaglio delle attività realizzate in attuazione delle politiche settoriali d'Ateneo;

G1.5 Presentazione annuale al Senato Accademico di un documento programmatico di natura propositiva per lo sviluppo d'Area settoriale

G1.6 Individuazione di una specifica funzione d'Area attinente alla ricerca, individuazione e comunicazione delle opportunità (bandi pubblici e privati; fonti di finanziamento agevolato; innovazioni legislative, ecc.)

G1.7 Individuazione di una specifica funzione di raccordo tra Orientamento e Placement e le due Scuole universitarie

G1.8 Partecipazione diretta alle iniziative interministeriali di finanziamento pubblico alla realizzazione di politiche attive per il lavoro (FIxO, ecc.)

G1.9 Organizzazione di workshop settoriali, seminari tematici; career days, job meetings; iniziative quantificabili di intermediazione diretta tra domanda ed offerta di lavoro.

RICERCA D'ATENEEO

Obiettivo d'Ateneo. Organizzare l'attività di ricerca al fine di promuovere e sostenere la competitività della ricerca sul piano nazionale e internazionale, aumentandone la qualità e l'impatto, in primo luogo nel territorio di riferimento e in ambito nazionale; in secondo luogo in ambito internazionale; così aumentando il prestigio dell'Ateneo, la sua capacità di attrarre finanziamenti – non soltanto pubblici, ma soprattutto privati (Enti, imprese, ecc.) - e ricercatori.

Strategie.

Strategia A) Centralizzare amministrativamente tutte le attività di ricerca dandone una coerenza programmatica e realizzativa unitaria durante tutte le fasi del processo (ricerca fondi, gestione progetto in itinere, chiusura amministrativa)

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Ateneo intende strutturare il proprio settore ricerca secondo politiche di crescita di lungo periodo. Per far ciò intende primariamente razionalizzare il processo di programmazione e gestione dell'attività di ricerca d'Ateneo, in modo che le attività delle singole Facoltà, anche in virtù del loro esiguo numero, sia quanto più possibile sinergica e vantaggiosa nell'ottica dell'incremento dei valori generali dell'Università in sede di valutazione ministeriale.*

Azioni:

A1.1 Creazione di un “Ufficio Ricerca” che assorbendo su di sé le competenze amministrative legate alla preparazione, gestione e chiusura di ogni progettualità legata alla Ricerca d'Ateneo, si occupi di aggiornare costantemente un database di ogni bando pubblico inerente accesso a finanziamenti tramite progettualità settoriali che possano coinvolgere entrambe le Facoltà.

A1.2 Definizione della figura unica del Responsabile della Ricerca d'Ateneo che sia anche a capo dell'Ufficio Ricerca; o altresì, in subordine, definizione di un Organo collegiale che assolva alle medesime funzioni di responsabilità.

Strategia B) Incrementare la ricerca di base individuale e collettiva dei docenti strutturati nell'Ateneo e dei dottorandi di ricerca, sia sul piano quantitativo, sia sul piano qualitativo.

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Università vuole porsi nella scia delle più meritevoli esperienze italiane ed internazionali del settore, aumentando gli standard qualitativi della propria ricerca di base. Si opererà nella direzione di innalzare gli standard qualitativi. Si definiranno procedure che favoriscano la possibilità che tutti i docenti strutturati, e i dottorandi di ricerca, dell'Ateneo debbano svolgere ricerca e pubblicare regolarmente. Contestualmente si richiederà che le pubblicazioni avvengano in riviste internazionali; o nazionali di fascia A secondo il ranking ministeriale ovvero secondo i rankings delle associazioni accademiche di settore disciplinare; per i settori concorsuali bibliometrici: pubblicazioni eventualmente censite da banche dati Web of Science/Scopus.*

Azioni:

B1.1 Destinare le risorse interne per la ricerca prevalentemente a progetti di ricerca collettivi (interdisciplinari) di facoltà, a progetti interfacoltà o a progetti inter-ateneo.

B1.2 Incrementare i progetti di ricerca interfacoltà che consentano di utilizzare al meglio la rete di relazioni costruita da ogni singolo docente e ricercatore.

B1.3 Prevedere, nell'ambito delle risorse destinate alla ricerca, una quota premiale per docenti e ricercatori che abbiano un elevato numero di pubblicazioni internazionali o in riviste di fascia A secondo il ranking ministeriale ovvero secondo i ranking delle associazioni accademiche di settore disciplinare.

B1.4 Estendere l'uso delle valutazioni della qualità nell'attività di ricerca dei docenti e ricercatori strutturati, attraverso l'elaborazione di apposito regolamento.

B1.5 Incrementare il tasso di successo nei progetti di ricerca UE e MIUR.

B1.6 Incrementare lo scambio di docenti con altre università italiane o straniere, per lo svolgimento dell'attività di ricerca.

Strategia C) Incrementare, qualitativamente e quantitativamente, l'attività di formazione alla ricerca dei giovani laureati, potenziando e valorizzando i dottorati di ricerca.

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Università ritiene di proseguire, ed incrementare, l'azione di potenziamento dei Corsi di Dottorato tuttora in essere. A tale scopo, verranno messe in opera iniziative che rafforzino i punti di forza dei Dottorati e ne accentuino principalmente due aspetti: l'internazionalità; la capacità di realizzare una ricerca qualitativamente alta in connessione con le istanze di innovazione provenienti dai rispettivi settori tecnico-disciplinari.*

Azioni:

CI.1 Aumento del numero di borse di studio per i dottorandi, con riferimento ai dottorati già attivati nell'Ateneo; attivazione di un nuovo dottorato internazionale.

CI.2 Incremento delle attività formative all'interno dei dottorati già attivati, con il coinvolgimento di docenti provenienti da altre università italiane o straniere.

CI.3 Aumento del numero delle università straniere consorziate.

CI.4 Aumento del numero dei dottorandi di ricerca con curriculum internazionale (nazionalità non italiana).

Strategia D) Potenziare i rapporti con l'esterno (specialmente con il mondo delle imprese e delle professioni) per supportare la ricerca.

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Ateneo si muoverà nella direzione ormai vitale, di agire per ampliare il proprio partenariato didattico e di ricerca su scala internazionale e con un coinvolgimento diretto del mondo dell'impresa e dei servizi. Soltanto una ricerca orientata all'interdisciplinarietà ed alla compartecipazione, può risultare attrattiva di investimenti esterni da parte di soggetti terzi rispetto ai tradizionali portatori d'interesse legati all'Università.*

Azioni:

D1.1 Potenziare l'attività di ricerca nella direzione dello sviluppo delle conoscenze utili per il governo delle imprese (a mero titolo esemplificativo: settori economico ed aziendalistico, diritto societario, procedure concorsuali, diritto degli intermediari finanziari;

D1.2 Aumentare il numero delle borse di dottorato finanziate dall'esterno, in particolare dal mondo delle imprese e delle professioni.

D1.3 Aumentare il numero dei contratti di ricercatori a tempo determinato finanziati, per specifici progetti di ricerca, dal mondo delle imprese e delle professioni.

Strategia E) Promuovere e sviluppare la ricerca applicata sul territorio di riferimento dell'Ateneo, tenendo conto che il tessuto economico della Regione Puglia è fatta da una realtà imprenditoriale medio – piccola, il cui governo richiede conoscenze integrate di ordine economico, giuridico e aziendalistico.

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Università vuole coinvolgere in maggior misura i tradizionali portatori di interessi legati allo sviluppo dell'Ateneo. Contemporaneamente ne vuole accrescere il numero. Tra questi partner privilegiati, l'Ateneo riconosce, oltre la Pubblica Amministrazione, soprattutto gli ordini professionali e il mondo dell'impresa media e piccola. La natura stessa dei settori tecnico-disciplinari in cui opera l'Ateneo, fa propendere per la definizione di politiche di cooperazione con l'impresa per la diffusione di una più ampia cultura manageriale ed imprenditoriale.*

Azioni:

E1.1 Creare una rete di assistenza alle imprese per la risoluzione globale di tutte le problematiche legate alla gestione manageriale in senso ampio, con uffici territoriali promossi dall'Ateneo con la partecipazione di docenti e ricercatori e giovani laureati (anche attraverso stages).

E1.2 Attrarre risorse da imprese, enti e associazioni che operano sul territorio (Camera di commercio, Associazioni imprenditoriali, quali Confindustria, Confapi e altre), anche attraverso la realizzazione di progetti di ricerca interdisciplinari su tematiche economiche – giuridiche -finanziarie.

Strategia F) Promuovere e sviluppare la ricerca non orientata alla didattica, che sia finanziata con fondi pubblici nazionali ed internazionali o con fondi privati

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Università deve necessariamente incrementare i livelli di ricerca la cui natura progettuale, non sia eminentemente basata sulla didattica. Ciò permetterebbe una più agevole partecipazione a bandi internazionali, ma anche intercettare quei canali di finanziamento provenienti da privati disposti ad investire in ricerca, ma intenzionati ad ottenere risultati qualitativamente significativi e spendibili sul mercato.*

Azioni:

F1.1 Miglioramento quali-quantitativamente la partecipazione a progetti Europei e nazionali tramite rafforzamento di un network tematico tra docenti che si innesti alle reti europee di settore;

F1.2 Implementazione del numero dei Visiting Professors e visiting scholars da coinvolgere su progetti internazionale in modo da creare reti di progetto;

F1.3 Implementazione delle attività di terza missione che “conto terzi” consentano il coinvolgimento delle imprese e l'afflusso di nuovo capitale sulla ricerca di base.

TERRITORIALITÀ: VISIONE E MISSIONE

Obiettivo d'Ateneo La LUM intende porsi, attraverso un processo di specializzazione e valorizzazione delle competenze accademiche settoriali delle aree di Giurisprudenza ed Economia, come centro d'eccellenza dello studio dei processi economici contemporanei e delle nuove istanze poste dalla società contemporanea al sistema giuridico nazionale ed internazionale. La collocazione euro-mediterranea dell'Ateneo e la sua rinnovata volontà di dialogare in maniera privilegiata con il Levante europeo, hanno coerentemente portato a rafforzare l'identità e la sua radicazione sul territorio pugliese e Meridionale.

Rispetto ai nuovi scenari europei di sviluppo territoriale incentrati sulla economia della conoscenza e sulla specializzazione intelligente dei Territori, la LUM intende operare come attore privilegiato delle dinamiche di sviluppo emergenti dalla co-progettazione dialogata tra Istituzioni Pubbliche, mondo dell'Impresa e del lavoro, operatori della formazione del capitale umano specializzato.

L'attenzione alla dimensione territoriale della azione dell'Ateneo, si manifesterà trasversalmente a tutte le attività proprie dell'Università, coinvolgendo gli agenti socio-economici nella fase di definizione delle maggiori esigenze formative emergenti dal contesto in cui la LUM si inserisce, oltre che nell'incrociare le esigenze di ricerca e nella compartecipazione alla messa in opera di politiche attive per il lavoro che favoriscano la transizione tra mondo della formazione e impresa.

Strategie.

Strategia A) Sviluppo azioni di marketing rivolte al territorio che consentano di ottenere risultati di progressiva fidelizzazione verso la LUM

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Università deve far proprie le istanze del mondo del lavoro e dell'impresa che provengono dal territorio. Ciò potrà avvenire soltanto attraverso un coinvolgimento diretto degli operatori esterni all'Ateneo. Ad essi deve essere offerta la possibilità di compartecipare ai destini dell'Università, contribuendone, in misura determinante a definirne le prospettive di sviluppo.*

Azioni:

A1.1 Attività di orientamento mirato nelle scuole superiori e coinvolgimento del personale scolastico nelle iniziative lum;

A1.2 Attività di lobbying presso le Istituzioni Pubbliche;

A1.3 Coinvolgimento dell'associazionismo privato, del mondo sindacale e delle organizzazioni datoriali

Strategia B) Rendere istituzionalizzato il rapporto con i portatori locali di interessi

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Università deve necessariamente accrescere la propria visibilità su scala nazionale, ma soprattutto acquisire vantaggi competitivi rispetto ai propri concorrenti che operano sul territorio. La provenienza massicciamente localizzata della propria popolazione studentesca, impone da un lato di ampliare e delocalizzare la platea dei potenziali studenti medi interessati all'iscrizione all'Ateneo, dall'altro di innalzare e rafforzare il livello di specializzazione dell'Ateneo nei settori disciplinari tradizionalmente trattati.*

Azioni:

B1.1 Creare un workshop periodico – biennale - con tutti gli stakeholder territoriali, privati ed istituzionali, per definire esigenze formative, di ricerca e culturali su cui programmare l'attività dell'Ateneo nelle sue tre aree istituzionali d'azione

Strategia C) Implementazione del processo di comunicazione dei risultati ottenuti dall'Ateneo

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Università, in ragione della esigenza di aprirsi ancor più al territorio, dovrà con maggiore efficacia programmare e realizzare una campagna di promozione del complesso delle proprie attività, diffondendo i risultati delle proprie iniziative direttamente coinvolte nel processo di diffusione della conoscenza delle scienze economiche e sociali.*

Azioni:

CL.1 Organizzazione di un evento comunicativo che diffonda il “bilancio sociale” dell'azione dell'Ateneo

Strategia D) Terza Missione Universitaria

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Università, in coerenza con le nuove linee di sviluppo del sistema universitario nazionale, opera per incrementare i risultati conseguiti in tutte le aree d'azione che identificano la terza missione. L'Ateneo, nel porre in essere ogni sua attività, avrà come obiettivo quello di favorire l'impiego della conoscenza – e la valorizzazione di ogni suo frutto - per contribuire anche allo sviluppo culturale del contesto socio-economico in cui opera. In tal senso, l'Ateneo si impegna a coinvolgere direttamente tutti gli attori sociali che operano sul territorio, recependone le istanze e ponendosi, dove sia fruttuoso per tutti, al servizio della realizzazione delle loro esigenze di crescita.*

Azioni:

D1.1 Promuovere il confronto tra Facoltà, School e imprese (o reti di imprese) per far emergere le effettive possibilità di collaborazione su progetti specifici di innovazione.

D1.2 Sviluppare, a livello di Facoltà e School, programmi multidisciplinari per il decollo di progetti di terza missione in stretta collaborazione con le imprese.

D1.3 Incoraggiare nuove forme di dialogo e di partenariato con le imprese, con il settore pubblico, con gli organismi di ricerca pubblici e privati, con gli investitori.

D1.4 Sviluppare forme di partenariato con soggetti istituzionali private, finalizzate a creare iniziative di eccellenza nella ricerca, definendo delle priorità anche alla luce delle potenziali ricadute sul territorio.

D1.5 Realizzare un “Laboratorio virtuale di Ateneo”, per creare un’infrastruttura di collegamento dei laboratori dell’Ateneo, condividendo dati e risultati prodotti, allo scopo di fornire servizi innovativi fruibili anche dal mondo esterno.

D1.6 Favorire la nascita di spin-off e start-up all’interno dell’Ateneo.

D1.7 Realizzare un “Incubatore Aperto”, promuovendo gli spin off che possano offrire migliori garanzie di sviluppo nel breve/medio termine

D1.8 Favorire la realizzazione di attività di cosiddetto “public engagement” nelle modalità previste dall’ANVUR

Strategia E) Intercettare le esigenze di sviluppo delle Imprese

OBIETTIVO D’AREA SETTORIALE: *L’Università, in coerenza con la logica di connettersi direttamente con il territorio per contribuire al suo sviluppo, dovrà stringere con maggior forza il proprio legame con il mondo del lavoro e dell’impresa, intercedendone i bisogni di formazione e ricerca e fornendo loro servizi il cui valore aggiunto risiede nella conoscenza innovativa applicata.*

Azioni:

E1.1 Costituzione di Ufficio “Business Development” coordinato da un unico Responsabile e quattro Coordinatori d’Area per le Relazioni Esterne, le Relazioni Istituzionali, l’Orientamento ed il Placement

MIGLIORAMENTO PROCESSI DI ATENEO: VISIONE E MISSIONE

Obiettivo d'Ateneo: L'organizzazione strutturale e funzionale dell'Ateneo nella sua articolazione si riorganizzerà progressivamente per giungere ad una semplificazione dei processi esistenti, nonché all'assunzione di nuovi processi operativi, soprattutto amministrativi, che consentano per un verso la compartecipazione dei livelli operativi alle decisioni assunte dai livelli dirigenziali, dall'altro alla chiara definizione di ruoli per funzione che consentano l'applicazione ai processi amministrativi di una cultura del risultato migliorativo piuttosto che una pratica del mero adempimento del compito assegnato.

STRATEGIE:

Strategia A) Razionalizzazione struttura organizzativa

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Università, al fine sia di fornire migliori servizi verso l'esterno, sia più razionali ed efficaci azioni amministrative verso l'interno, dovrà procedere ad una riorganizzazione funzionale degli Uffici variamente ripartiti che gestiscono la macchina amministrativa dell'Ateneo.*

Azioni:

A1.1 Definire gli obiettivi per ciascun settore amministrativo (riunioni tematiche periodiche per: definire gli obiettivi periodici; verificare il conseguimento degli obiettivi assegnati)

A1.2 Individuare la consistenza ottimale del personale e valutare necessità di incremento (valutazione delle posizioni organizzative; riunioni tematiche per raccogliere le problematiche relative a finalità, responsabilità e compiti; definire le competenze necessarie per ciascuna posizione);

A1.3 Accorpere gli uffici (valutazione delle funzioni esistenti e accorpamento delle stesse secondo finalità)

Strategia B) Valorizzazione delle competenze

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Università, al fine di migliorare i servizi amministrativi forniti al personale docente e non docente, nonché rendere più razionale il rapporto con la Pubblica Amministrazione ministeriale, si adopererà per incrementare l'efficienza degli Uffici amministrativi, mettendo maggiormente a frutto le competenze delle risorse umane disponibili.*

Azioni:

B1.1 Valutazione del potenziale. Somministrazione questionari volti a misurare: competenze; esigenze di formazione; grado di soddisfazione/benessere.

B1.2 Migliorare le prestazioni delle risorse umane orientandole verso il conseguimento degli obiettivi (valutazione delle prestazioni analizzando per ciascun lavoratore: risultati ottenuti in relazione agli obiettivi assegnati; comportamenti organizzativi del lavoratore)

Strategia C) Miglioramento della comunicazione interna inter-ufficio

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *L'Università, asservendo al logica del miglioramento dei processi interni di gestione dell'amministrazione dell'Ateneo, favorirà una circolazione maggiormente coerente e coordinata delle informazioni tra i diversi Uffici.*

Azioni:

CI.1 Sviluppo comunicazione dall'«alto» (c.d.a; direzione, senato accademico; consigli facoltà) verso il «basso» (uffici e singoli operatori): periodiche circolari descrittive dello stato di avanzamento delle

attività d'ateneo; riunioni di lavoro tra dirigenza e personale per sviluppare processi di miglioramento delle azioni;

Cl.2 Sviluppo della comunicazione “orizzontale”: riunioni congiunte intra/servizi dei responsabili d'ufficio per definire strategie comuni di sviluppo delle azioni

POST LAUREAM: VISIONE E MISSIONE

SCHOOL OF MANAGEMENT

Strategia A: Diversificazione territoriale delle attività e penetrazione nazionale

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *La Scuola di Management della LUM, in coerenza con la propria missione di operare per l'alta qualificazione di giovani e professionisti negli ambiti delle scienze economico-manageriali, opererà per incrementare tutti i punti di forza della propria azione così come si è venuta configurando sino ad oggi. Inoltre, per dar corpo a tale intendo, in sinergia con le politiche di sviluppo d'Ateneo, intensificherà l'interrelazione con i territori ed i diversi contesti socio-economici, tracciando una linea di crescita che preveda azioni calibrate su scala nazionale e non soltanto locale.*

Azioni:

A1.1 Consolidamento rapporti con partner nazionali per ampliare l'offerta di testimonianze qualificate, di visite aziendali e di stage

A1.2 Ampliamento del network School a istituzioni e imprese di livello nazionale per cogliere nuove opportunità di formazione e ricerca-intervento

A1.3 Incremento dei percorsi posizionati a Trani per ampliare l'offerta post-triennale dell'Università

A1.4 Lancio MBA

A1.5 Consolidamento della presenza nel Brindisino e in Salento sfruttando l'acquisizione della LUMAS di Lecce anche in sinergia con l'attività di recruiting delle due Facoltà

A1.6 Rilancio della presenza in Basilicata in funzione di una specializzazione su cultura e turismo

A1.7 Consolidamento della presenza nel Nord su Milano a supporto della strategia di internazionalizzazione

A1.8 Consolidamento della presenza del Centro su Roma in funzione dello sviluppo delle attività con istituzioni pubbliche

A1.9 Apertura linea di penetrazione a Ovest verso la Campania

Strategia B: Internazionalizzazione

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *La Scuola di Management, in ossequio al progetto di espansione delle proprie attività, dovrà porre l'internazionalizzazione come elemento centrale di sviluppo. Internazionalizzazione delle competenze messe a disposizione di professionisti, imprenditori e giovani studenti; ma anche internazionalizzazione dei servizi.*

Azioni:

B1.1 Strutturazione rapporti con School of Management e Università straniere per definire attività co-branded e scambi di studenti e di faculty

B1.2 Attrazione docenti e ricercatori di profilo internazionale a supporto della sviluppo internazionale e in sinergia con le attività internazionali della Facoltà di Economia

B1.3 Ampliamento del network School a istituzioni e imprese di livello internazionale per garantire un'offerta di testimonianze qualificate, di visite aziendali e di stage coerente con l'offerta formativa

B1.4 Lancio "Summer School" internazionale per testare nuovi contenuti

B1.5 Lancio percorsi master in formula blended

SCUOLA DI SPECIALIZZAZIONE PER LE PROFESSIONI LEGALI

Alla Scuola di Specializzazione per le Professioni legali si accede mediante concorso, bandito anno per anno con decreto interministeriale; con lo stesso decreto viene pure rideterminato annualmente il numero dei posti disponibili presso ciascuna Scuola.

Da diversi anni il numero dei posti disponibili presso la Scuola di Specializzazione della nostra Università è pari a 40.

Situazione: Nell'ultimo triennio 2012-2015 il numero di immatricolati alla Scuola ha avuto un andamento costante nei primi due anni, essendo pari a n. 39 unità nell'A.a 2012-2013 e a n. 40 unità nell'A.a 2013-2014, per poi subire una flessione nell'A.a 2014-2015 passando a n. 27 unità (la tendenza al calo delle immatricolazioni si è poi confermata nell'aa 2015-16 quando il numero di immatricolazioni si è ridotto a n. 15 unità).

Un leggero calo fisiologico nel numero di iscrizioni si è verificato poi nel passaggio dal primo al secondo anno; precisamente il numero degli iscritti al secondo anno nell'aa 2013-14 è stato di n.35 iscritti, nell'aa 2014-15 è stato di n.35 iscritti, nell'aa 2015-16 è stato di n.26 iscritti.

Tale calo è legato ad un trend nazionale causato da talune recenti riforme che hanno equiparato al titolo rilasciato dalla SSPL il semplice stage di 18 mesi svolto in un tribunale. La SSPL della LUM, in ogni caso, ha sempre mantenuto performance in termini di iscrizioni ben al di sopra delle medie percentuali a livello nazionale.

Hanno conseguito il titolo di Specialista in Professioni legali n. 45 specializzandi nell'aa 2012-13, n. 35 specializzandi nell'aa 2013-14, n. 35 specializzandi nell'aa 2014-15. Alcuni degli specialisti LUM sono oggi magistrati ordinari.

Nel triennio 2012-2015 le discipline di insegnamento del I anno sono state: Diritto civile, Diritto penale, Diritto amministrativo, Diritto processuale civile, Diritto processuale penale, Diritto commerciale ed elementi di Economia, Diritto dell'Unione europea, Percorsi di diritto giurisprudenziale, Diritto del lavoro e della previdenza sociale, Diritto costituzionale, Fondamenti del diritto europeo, Comunicazione forense (dall'aa 2014-15 gli insegnamenti di Diritto del lavoro e della previdenza sociale e di Diritto costituzionale sono confluiti negli insegnamenti di Diritto processuale civile e di Diritto amministrativo con aumento del monte-ore dell'insegnamento di Percorsi di diritto giurisprudenziale). Il monte-ore complessivo delle attività didattiche in aula è stato pari a n. 430 ore.

Nel medesimo triennio le discipline di insegnamento del II anno sono: Diritto Civile, Diritto processuale Civile (con modulo in Ordinamento e Deontologia giudiziaria e forense), Diritto Penale, Diritto processuale penale, Diritto Amministrativo, Diritto commerciale, Diritto dell'Unione europea (con Modulo in Diritto internazionale privato), Percorsi di diritto giurisprudenziale, Diritto tributario, Diritto ecclesiastico e Tecnica della comunicazione e dell'argomentazione (dall'aa 2014-15 gli insegnamenti di Diritto tributario e Diritto ecclesiastico sono confluiti negli insegnamenti di Diritto processuale civile e di Diritto amministrativo; è stata poi prevista la trattazione di Elementi di Tecnica della comunicazione e dell'argomentazione nell'ambito dei corsi relativi alle materie fondamentali. Conseguentemente vi è stato un aumento del monte-ore dell'insegnamento di Percorsi

di diritto giurisprudenziale). Anche per il II anno il monte-ore complessivo delle attività didattiche in aula è stato pari a n. 430 ore.

L'ordinamento didattico della Scuola prevede accanto alle attività didattiche in aula un periodo di stage, da svolgersi presso gli uffici giudiziari convenzionati, pari a n. 120 ore per anno.

Nel triennio in esame sono stati attivati e si sono svolti gli stage presso la Suprema Corte di Cassazione, il TAR di Bari, la Corte d'Appello di Bari e i Tribunali del Distretto, presso il Tribunale di Taranto e la Procura della Repubblica di Taranto e presso il Tribunale di Matera in forza delle convenzioni didattiche stipulate con i relativi Uffici giudiziari (la Convenzione per gli stage con il Tribunale di Matera è stata stipulata nell'aa 2013-14).

Alcuni stage si sono anche svolti presso il Tribunale di Brindisi e il Tribunale di Lecce a seguito di autorizzazione ad hoc concessa dai Presidenti dei rispettivi Tribunali per gli specializzandi residenti rispettivamente nelle province di Brindisi e di Lecce.

Particolare significato ha assunto la convenzione con la Suprema Corte di Cassazione, unico esempio di accordo della Corte con un Ateneo non romano e fiore all'occhiello dell'offerta formativa SSPL.

Alcuni stage sono stati svolti presso studi legali internazionali: DLA Piper sede di Roma e KPMG sede di Milano.

Numerosi sono stati i Convegni organizzati dalla Scuola nel corso del triennio considerato e precisamente:

- 1) Prospettive per un diritto comune europeo della vendita organizzato alla Scuola di Specializzazione e svoltosi a Gioia del Colle il 23 novembre 2012
- 2) Le ultime riforme della giustizia dal Decreto sviluppo al Decreto del fare organizzato dalla Facoltà di Giurisprudenza, dalla Scuola di Specializzazione e dal Dottorato di Ricerca in Teoria generale del processo e svoltosi a Trani il 4 ottobre 2013
- 3) Sussidiarietà ed autoregolamentazione nel nuovo riparto di competenza tra poteri pubblici e autonomia privata organizzato dal prof. R. Martino e svoltosi a Trani nei giorni 11 – 12 ottobre 2013
- 4) I percorsi della colpa organizzato dalla Facoltà di Giurisprudenza e dalla Scuola di Specializzazione nell'ambito delle iniziative della Settimana romanistica e svoltosi a Gioia del Colle il 9 gennaio 2014
- 5) Giurisdizione–giustizia e pubbliche amministrazioni organizzato dalla Facoltà di Giurisprudenza, dalla Scuola di Specializzazione e dal Dottorato di Ricerca in Teoria generale del processo e svoltosi a Gioia del Colle il 28 febbraio 2014

6) Tutela cautelare ed effettività della giustizia amministrativa organizzato dalla Facoltà di Giurisprudenza, dalla Scuola di Specializzazione e dal Dottorato di Ricerca in Teoria generale del processo e svoltosi a Gioia del Colle il 4 marzo 2014

7) Clausole generali e tutela della parte debole: i nuovi diritti dei consumatori organizzato dalla Facoltà di Giurisprudenza e dalla Scuola di Specializzazione e svoltosi a Gioia del Colle il 15 gennaio 2015

Altri convegni sono poi stati organizzati nell'ambito delle iniziative legate alla Festa dell'Europa nei giorni dal 5 al 9 maggio di ogni anno.

I docenti coinvolti nelle attività di docenza sono stati in media n. 40 per ciascun anno accademico (considerando per ciascun anno accademico sia i corsi del I che quelli del II anno della Scuola), tra professori e ricercatori universitari, avvocati, magistrati ordinari e amministrativi.

Infine, ad ulteriore conferma delle numerose iniziative della SSPL, si segnala il “progetto di massimazione” avviato con il TAR Bari, in seguito al quale per un intero anno gli specializzandi della LUM hanno massimato tutte le sentenze del TAR Bari (i lavori sono ancora oggi fruibili sul sito LUM).

Strategia B: Rafforzare la qualità e la specializzazione della SSPL per contrastare la diminuzione degli iscritti; incrementare l'attività post lauream della Facoltà di Giurisprudenza

OBIETTIVO D'AREA SETTORIALE: *La Scuola di Specializzazione per le Professioni Legali, è chiamata alla sfida di contrastare i trend decrescenti nelle iscrizioni, imposti fisiologicamente come conseguenza della scelta ministeriale di operare un depauperamento del valore della frequenza dei Corsi in ragione della equiparazione del Titolo alla semplice frequenza di uno stage di 18 mesi presso i tribunali. La possibilità di sviluppo della Scuola sta nella capacità di offrire una preparazione di sempre maggiore eccellenza, e nella possibilità di offrire servizi a supporto che corroborino sul piano esperienziale la formazione d'aula.*

Azioni:

B1.1 Ampliamento della rete di relazione di partenariato con Istituzioni Pubbliche e Tribunali per la formazione in aula e gli stage;

B1.2 Internazionalizzazione (incrementare il numero di studi legali internazionali con cui stabilire rapporti di collaborazione;

B1.3 Posizionamento su Trani della sede dei Corsi della SSPL e dell'attività post-lauream della Facoltà di Giurisprudenza;

B1.4 Sviluppo di iniziative formative congiunte con l'ordine degli Avvocati di Bari e Trani;

B1.5 Realizzazione di Corsi di specializzazione per il rilascio del titolo di Avvocato Specialista in collaborazione con gli Ordini Professionali;

B1.6 Incrementare l'offerta formativa di master professionalizzanti che presentino un accentuato carattere interdisciplinare tra le due facoltà di giurisprudenza ed economia.



SCHEDA

DI

SINTESI



In questa prima versione del Piano Strategico d'Ateneo non sono stati esplicitati in termini quantitativi gli obiettivi programmati relativi agli indicatori di azione. Si rende necessario, infatti, un periodo di sperimentazione in cui osservare, monitorare e misurare “ex post” gli indicatori di azione identificati al fine di ottenere una solida base informativa per la loro qualificazione “ex ante”.

SCHEDA DI SINTESI: FORMAZIONE

STRATEGIA	PRESIDIO	AZIONI NEL TRIENNIO 2016-2018	INDICATORI DI AZIONE
Strategia A1- (Facoltà Giurisprudenza). Facilitare l'accesso e la permanenza nel mondo del lavoro, qualificando i percorsi di formazione professionalizzante.	Consiglio di Facoltà di Giurisprudenza; Senato Accademico	A1.1 Razionalizzare il piano formativo del corso di laurea magistrale in giurisprudenza, tenendo conto delle istanze territoriali, nazionali ed internazionali verso nuove figure professionali che utilizzino le competenze giuridiche, al di là delle professioni legali tradizionali: ad esempio, l'avvocato d'affari internazionale ovvero l'avvocato esperto della crisi d'impresa e degli strumenti per la sua risoluzione. A tal fine, inserire nel percorso formativo - nei limiti consentiti dall'attuale ordinamento degli studi ministeriale, ovvero da quello che verrà approvato a conclusione del processo di riforma già avviato – insegnamenti delle aree economiche ed aziendalistiche, e potenziare le aree giuridiche internazionalistiche, commercialistiche e processualistiche.	SI/NO
	Consiglio di Facoltà di Giurisprudenza; Senato Accademico	A1.2 Predisporre un corso di laurea triennale mirato alla preparazione di figure professionali nuove che: • tenendo conto delle istanze territoriali, possano operare che possa agire nel mondo della piccola e media impresa e degli enti e che abbia, quindi, conoscenze trasversali ed integrate, di carattere economico – aziendalistico e giuridico; • possano operare nel territorio di riferimento – e a livello nazionale ed internazionale – con riguardo alle problematiche di carattere penale, previdenziale, sanitario e politico legate alla questione della immigrazione clandestina.	SI/NO

	Consiglio di Facoltà di Giurisprudenza; Senato Accademico	A1.3 Razionalizzare l'interdisciplinarietà dei percorsi di cui ai punti a) e b), coordinandone il contenuto con i corsi di laurea della Facoltà di Economia, specialmente il corso magistrale biennale, al fine di consentire in tempi adeguati il conseguimento di entrambe le lauree delle classi giuridiche ed economiche.	SI/NO
	Consiglio di Facoltà di Giurisprudenza	A1.4 Incrementare l'offerta formativa di masters professionalizzanti che presentino un accentuato carattere interdisciplinare tra le due Facoltà.	N° Master programmati
	Consiglio di Facoltà di Giurisprudenza	A1.5 Migliorare la qualità e l'efficacia delle competenze acquisite con la laurea per mezzo di: attività seminariali e testimonianze di esperti provenienti dal mondo delle imprese e delle professioni; role-playing e simulazioni di varia natura; business game; analisi di casi; ecc.	N° di iniziative in comune per anno
	Consiglio di Facoltà di Giurisprudenza	A1.6 Incrementare gli stages professionalizzanti presso imprese, enti e studi legali, specialmente internazionali.	N° di Stages per anno
Strategia A2 – (Facoltà Economia) Consolidare il posizionamento innovativo sul territorio dell'offerta didattica della facoltà di Economia attraverso un miglioramento della proiezione internazionale, delle competenze trasversali e delle opportunità di employability a livello locale e nazionale.	Consiglio Facoltà di Economia	A2.1 Consolidare l'offerta formativa attuale, incrementando le attività di Placement e di sviluppo della soft skill di problem solving e di team working, fondamentali per un decisivo miglioramento della employability dei nostri laureandi e laureati;	Percentuale di laureati che trovano primo impiego a sei mesi dalla laurea
	Consiglio Facoltà di Economia	A.2 Migliorare la qualità dell'offerta formativa della laurea magistrale in Economia e Management attraverso un potenziamento delle iniziative applicate all'interno dei Corsi (laboratori tematici; testimonianze aziendali) in modo da favorire un progressivo potenziamento delle conoscenze acquisite con la laurea;	n° medio di iniziative per corso
	Consiglio Facoltà di Economia	A2.3 Avviare coordinamento con la Facoltà di Giurisprudenza per favorire l'ingresso dei laureati magistrali in Giurisprudenza della LUM al secondo anno della Laurea magistrale in Economia e Management;	Percentuale annua di laureati in Giurisprudenza che si iscrivono ad Economia

	Consiglio Facoltà di Economia	A2.4 Ampliare l'offerta formativa internazionale con un triennio in International management & Finance interamente in lingua inglese, in collaborazione con università straniere di prestigio, che prevedano almeno un anno da svolgersi all'estero e che consenta l'attribuzione di un "double degree";	SI/NO
	Consiglio Facoltà di Economia	A2.5 Modificare l'offerta formativa della Laurea magistrale con un biennio in Innovation Management & Digital Marketing che sostituisca l'attuale International Management;	SI/NO
	Consiglio Facoltà di Economia	A2.6 Istituire un tavolo di coordinamento con la Scuola di Management per razionalizzare l'offerta formativa post graduate, favorendo la specializzazione dei programmi ed esaltando le sinergie nelle "side activities" (testimonianze, laboratori, placement).	SI/NO
Strategia B1. Migliorare la qualità degli studenti in entrata, incrementando il numero degli iscritti che abbiano avuto una elevata formazione nella scuola media superiore.	Consiglio di Amministrazione	B1.1 Incentivare il merito tramite ampliamento delle borse di studio premiali sia del percorso di studi della scuola dell'obbligo conclusi, sia del percorso di studi realizzato all'interno dell'Ateneo.	N° di borse di studio istituite
	Ufficio Stampa	B1.2 Pubblicizzazione di tutte le iniziative premiali del merito.	N° di iniziative di pubblicizzazione (articoli, eventi promozionali, incontri presso Scuole e/o Istituzioni pubbliche e private)
	Ufficio Orientamento & Placement; Consigli di Facoltà di Giurisprudenza ed Economia	B1.3 Incrementare l'attività di orientamento nei licei classici e scientifici della regione Puglia.	N° di incontri realizzati

	Ufficio Stampa	B1.4 Migliorare i processi di comunicazione, per veicolare al meglio all'esterno tutte le azioni intraprese dall'Università per migliorare la qualità degli studenti in entrata ed in uscita e per facilitare il loro inserimento, ai più alti livelli, nel mondo del lavoro.	N° di Campagne stampa realizzate
	Consigli di Facoltà	B1.5 Coinvolgere direttamente in azioni sinergiche, già in fase progettuale delle iniziative, l'Ufficio Comunicazione, l'Ufficio Orientamento e Placement e la rete degli ALUMNI.	N° di riunioni congiunte
Strategia C1. Incrementare il numero degli studenti internazionali di scambio, in entrata ed in uscita, (Erasmus ed altro) ed il numero degli studenti stranieri iscritti ai corsi di laurea della Facoltà.	Senato Accademico; Consigli di Facoltà	C1.1 Istituire presso le Facoltà Corsi di lingua italiana destinati agli stranieri che si iscrivono ai corsi di laurea della Facoltà e agli studenti provenienti da altre Università estere per programmi di scambio internazionale.	N° ore di Corso realizzate
	Senato Accademico; Consigli di Facoltà	C1.2 Istituire presso le Facoltà Corsi di lingua straniera destinati agli studenti della Facoltà in partenza verso Università straniere per programmi di scambio internazionale (Erasmus ed altro).	N° ore di Corso realizzate
	Pro-Rettore all'internazionali zzazione; Consigli di Facoltà	C1.3 Incrementare gli accordi con università straniere, per lo scambio di studenti e docenti. Nell'ambito di tali accordi, incrementare le visite di docenti stranieri per lo svolgimento di cicli di lezioni nell'ambito dei programmi dei corsi di insegnamento attivati presso le Facoltà.	N° Visiting Professor
	Senato Accademico; Consigli di Facoltà	C1.4 Incrementare la didattica in lingua inglese e attivare nell'ambito dei corsi di laurea insegnamenti e/o Moduli da svolgere in lingua inglese.	N° insegnamenti e/o Moduli Programmati; N° ore realizzate
	Pro-Rettore alla Internazionalizz azione	C1.5 Concludere accordi con università straniere per l'istituzione di titolo doppio, o multiplo o congiunto.	N° accordi stipulati

	Senato Accademico; C.d.A	Cl.6 Adottare idonee misure premiali per sostenere gli studenti extracomunitari privi di reddito, ma meritevoli.	N° iniziative per studente
Strategia D1. Favorire la regolarità negli studi, nel rispetto di una valutazione rigorosa.	Senato Accademico; C.d.A	D1.1 Adottare idonee misure di sostegno allo studio degli studenti lavoratori (non frequentanti) e degli studenti fuori corso - soprattutto con l'istituzione, per ciascun insegnamento, di tutors dedicati.	N° Tutors per studenti lavoratori (non frequentanti) e degli studenti fuori corso;
	Consiglio di Facoltà	D1.2 Adottare delle modalità di esame che, soprattutto attraverso la possibilità di verifiche intermedie, consentano di ripartire il carico di studio in maniera del tutto coerente con il periodo di frequenza dei singoli corsi (semestrali o annuali).	SI/NO
Strategia E1 Costruire il network degli studenti LUM che favorisca la sia compartecipazione agli eventi ed alle attività universitarie orientate al territorio, sia l'utilizzo in chiave propositiva delle esperienze e delle professionalità degli ex studenti collocati nel mondo del lavoro		E1.1 Istituzione di una associazione ALUMNI LUM	SI/NO
		E1.2 Costruzione di un database completo di tutti i laureati LUM, costantemente aggiornato. Il database deve contenere informazioni relative al curriculum professionale dei laureati;	SI/NO
	Ufficio Orientamento e Placement	E1.3 Coinvolgimento continuo, in fase propositiva ed in fase realizzativa, degli ALUMNI in ogni iniziativa dell'Ateneo aperta al territorio, con particolare attenzione alle attività di Orientamento in ingresso e alle realizzazioni inerenti il Placement Universitario (Job meetings, career days, ecc);	N° Iniziative compartecipate con ALUMNI realizzate per anno
		E1.4 coinvolgimento della rete professionale di conoscenza dei singoli ALUMNI nella costruzione di percorsi formativi post lauream	N° di ALUMNI coinvolti direttamente in progettazione iniziative per anno

	Ufficio Stampa	E1.5 utilizzo, in fase di promozione e comunicazione delle opportunità offerte dall'Ateneo, del patrimonio esperienziale e professionale degli ALUMNI	N° Iniziative di promozione partecipate direttamente da ALUMNI
Strategia F1 Incrementare la qualità della docenza e razionalizzare l'utilizzazione dei docenti e ricercatori, al fine di incrementare la qualità della didattica erogata nell'Ateneo.	Senato Accademico	F1.1 Istituire una apposita figura unica di Responsabile della Didattica che abbia il compito precipuo di coordinare la didattica erogata nelle diverse strutture dell'Ateneo.	SI/NO
	Senato Accademico	F1.2 Istituire una apposita commissione per il reclutamento dei docenti strutturati, dei docenti a contratto e dei ricercatori, nella quale siano rappresentate le diverse Facoltà.	SI/NO
Strategia G1 Incrementare significativamente la capacità dell'Area Placement Universitario di relazionarsi con le realtà produttive ed amministrative del territorio al fine di ottenere un doppio scopo: rafforzare ed ampliare la rete degli attori economico-sociali direttamente coinvolti nella realizzazione delle attività curriculari ed extra-curricolari previste dai corsi di studio; incrementare la capacità collocativa di ogni iniziativa formativa progettata e realizzata dall'Ateneo	Senato Accademico	G1.1 Valutazione su base quantitativa della effettiva capacità dell'attuale Ufficio Placement di assolvere alla funzione assegnata secondo gli obiettivi d'area che gli Organi decisionali d'Ateneo stabiliranno;	N° Report di valutazione attività per anno
	Direttore Amministrativo	G1.2 Accorpamento in un'unica area settoriale delle funzioni di Orientamento e Placement universitario, con conseguente individuazione di un responsabile unico e di responsabili di funzione	SI/NO
	Ufficio Orientamento & Placement	G1.3 costruzione di un database unico del Placement universitario, costantemente aggiornato	SI/NO
	Ufficio Orientamento & Placement	G1.4 presentazione al Senato Accademico di una relazione semestrale di dettaglio delle attività realizzate in attuazione delle politiche settoriali d'Ateneo	SI/NO
	Ufficio Orientamento & Placement	G1.5 presentazione annuale al Senato Accademico di un documento programmatico di natura propositiva per lo sviluppo d'Area settoriale	SI/NO

	Direttore Amministrativo	G1.6 individuazione di una specifica funzione d'Area attinente alla ricerca, individuazione e comunicazione delle opportunità (bandi pubblici e privati; fonti di finanziamento agevolato; innovazioni legislative, ecc)	SI/NO
	Senato Accademico	G1.7 individuazione di una specifica funzione di raccordo tra Orientamento e Placement e le due Scuole universitarie	SI/NO
	Ufficio Orientamento 6 Placement	G1.8 partecipazione diretta alla iniziative interministeriali di finanziamento pubblico alla realizzazione di politiche attive per il lavoro (FIxO, ecc.)	N° di bandi attivati
	Ufficio Orientamento & Placement	G1.9 organizzazione di workshop settoriali, seminari tematici; career days, job meetings; iniziative quantificabili di intermediazione diretta tra domanda ed offerta di lavoro.	N° di iniziative effettuate per anno

SCHEMA DI SINTESI: RICERCA

STRATEGIA	PRESIDIO	AZIONI NEL TRIENNIO 2016-2018	INDICATORI DI AZIONE
Strategia A1 Centralizzare amministrativamente tutte le attività di ricerca dandone una coerenza programmatica e realizzativa unitaria durante tutte le fasi del processo (ricerca fondi, gestione progetto in itinere, chiusura amministrativa)	Senato Accademico	A1.1 Creazione di un "Ufficio Ricerca" che assorbendo su di sé le competenze amministrative legate alla preparazione, gestione e chiusura di ogni progettualità legata alla Ricerca d'Ateneo, si occupi di aggiornare costantemente un database di ogni bando pubblico inerente accesso a finanziamenti tramite progettualità settoriali che possano coinvolgere entrambe le Facoltà	SI/NO
	Senato Accademico	A1.2 Definizione della figura unica del Responsabile della Ricerca d'Ateneo che sia a capo dell'Ufficio Ricerca	SI/NO
Strategia B1 Incrementare la ricerca di base individuale e collettiva dei docenti strutturati nell'Ateneo e dei dottorandi di ricerca, sia sul piano quantitativo (tutti i docenti strutturati e i dottorandi di ricerca dell'Ateneo devono fare ricerca e pubblicare regolarmente) sia sul piano qualitativo (pubblicazioni in riviste internazionali; o nazionali di fascia A secondo il ranking ministeriale ovvero secondo i rankings delle associazioni accademiche di settore disciplinare; per i settori concorsuali bibliometrici: pubblicazioni eventualmente censite da banche dati Web of Science/Scopus).	Senato Accademico; Consigli di Facoltà	B1.1 Destinare le risorse interne per la ricerca prevalentemente a progetti di ricerca collettivi (interdisciplinari) di facoltà, a progetti interfacoltà o a progetti int-erateneo.	€ stanziati/anno; Rapporto tra progetti individuali e collettivi
	Senato Accademico; Consigli di Facoltà	B1.2 Incrementare i progetti di ricerca interfacoltà che consentano di utilizzare al meglio la rete di relazioni costruita da ogni singolo docente e ricercatore.	N° di Progetti avviati per anno
	Senato Accademico; Consigli di Facoltà; C.d.A	B1.3 Prevedere, nell'ambito delle risorse destinate alla ricerca, una quota premiale per docenti e ricercatori che abbiano un elevato numero di pubblicazioni internazionali o in riviste di fascia A secondo il ranking ministeriale ovvero secondo i rankings delle associazioni accademiche di settore disciplinare	€ stanziati per la quota premiale / totale risorse
	Senato Accademico	B1.4 Estendere l'uso delle valutazioni della qualità nell'attività di ricerca dei docenti e ricercatori strutturati, attraverso l'elaborazione di apposito regolamento	SI/NO

	Consigli di Facoltà; Senato Accademico	B1. 5 Incrementare il tasso di successo nei progetti di ricerca UE e Miur	N° di progetti avviati per anno; N° Progetti con valutazione positiva
	Consigli di Facoltà; pro rettore all'internazionalizzazione	B1.6 Incrementare lo scambio di docenti con altre università italiane o straniere, per lo svolgimento dell'attività di ricerca	N° docenti per anno
Strategia CI Incrementare, qualitativamente e quantitativamente, l'attività di formazione alla ricerca dei giovani laureati, potenziando e valorizzando i dottorati di ricerca.	Collegio di Dottorato; Consiglio di Facoltà; Senato Accademico; C.d.A	C1.1 Aumento del numero di borse di studio per i dottorandi, con riferimento ai dottorati già attivati nell'Ateneo; attivazione di un nuovo dottorato internazionale.	N° borse stanziati / anno
	Collegio di Dottorato	C1.2 Incremento delle attività formative all'interno dei dottorati già attivati, con il coinvolgimento di docenti provenienti da altre università italiane o straniere	N° ore docente esterno per Corso
	Pro rettore alla Internazionalizzazione; Consigli di Facoltà	C1.3 Aumento del numero delle università straniere convenzionate e consorziate	N° Convenzioni stipulate; N° Consorzi istituiti
	Consigli di Facoltà	C1.4 Aumento del numero dei dottorandi di ricerca con curriculum internazionale (nazionalità non italiana).	N° Dottorandi con curriculum internazionale (nazionalità non italiana)
Strategia DI Potenziare i rapporti con l'esterno (specialmente con il mondo delle imprese e delle professioni) per supportare la ricerca.	Consigli di Facoltà	D1.1 Potenziare l'attività di ricerca nella direzione dello sviluppo delle conoscenze utili per il governo delle imprese.	N° progetti partecipati direttamente da Imprese
	Collegio di Dottorato; Consigli di Facoltà; Senato Accademico; C.d.A	D1.2 Aumentare il numero delle borse di dottorato finanziate dall'esterno, in particolare dal mondo delle imprese e delle professioni	N° di borse istituite

	Consigli di Facoltà; Senato Accademico	D1. 3 Aumentare il numero dei contratti di ricercatori a tempo determinato finanziati, per specifici progetti di ricerca, dal mondo delle imprese e delle professioni	N° contratti stipulati
Strategia E1 Promuovere e sviluppare la ricerca applicata sul territorio di riferimento dell'Ateneo, tenendo conto che il tessuto economico della Regione Puglia è fatta da una realtà imprenditoriale medio – piccola, il cui governo richiede conoscenze integrate di ordine economico, giuridico e aziendalistico.	Ufficio Business Development	E1.1 Creare una rete di assistenza alle imprese per la risoluzione globale di tutte le problematiche legate alla gestione manageriale.	SI/NO
	Ufficio Business Development; Consigli di Facoltà; Senato Accademico	E1.2 Attrarre risorse da imprese, enti e associazioni che operano sul territorio anche attraverso la realizzazione di progetti di ricerca interdisciplinari su tematiche economiche, giuridiche e finanziarie	€ finanziamento ricevuti e/o N° personale aziendale dedicato
Strategia F1 Promuovere e sviluppare la ricerca non orientata alla didattica, che sia finanziata con fondi pubblici nazionali ed internazionali o con fondi privati	Pro rettore alla ricerca	F1.1 Miglioramento qualitativamente la partecipazione a progetti Europei e nazionali tramite rafforzamento di un network tematico tra docenti che si innesti alle reti europee di settore;	SI/NO
	Pro rettore alla ricerca; Consigli di Facoltà; Senato Accademico	F1.2 Implementazione del numero dei Visiting Professors e visiting scholars da coinvolgere su progetti internazionale in modo da creare reti di progetto	N° di Visiting Professors
	Ufficio Business Development; Pro rettore alla ricerca	F1.3 Implementazione delle attività di terza missione che “conto terzi” consentano il coinvolgimento delle imprese e l’afflusso di nuovo capitale sulla ricerca di base	€ Conto terzi per anno

SCHEMA DI SINTESI: TERRITORIALITA'

STRATEGIA	PRESIDIO	AZIONI NEL TRIENNIO 2016-2018	INDICATORI DI AZIONE
Strategia A1 sviluppo azioni di marketing rivolte al territorio che consentano di ottenere risultati di progressiva fidelizzazione verso la LUM	Ufficio Orientamento & Placement; Consigli di Facoltà	A1.1 Attività di orientamento mirato nelle scuole superiori e coinvolgimento del personale scolastico nelle iniziative LUM;	N° di iniziative per anno
	Ufficio Business Development	A1.2 Attività di lobbying presso le Istituzioni Pubbliche	N° di incontri svolti per anno
	Ufficio Business Development; Ufficio Orientamento e Placement	A1.3 Coinvolgimento dell'associazionismo privato, del mondo sindacale e delle organizzazioni datoriali	N° di Organizzazioni coinvolte in attività LUM
Strategia B1 Rendere istituzionalizzato il rapporto con i portatori locali di interessi	Ufficio Business Development; Ufficio Orientamento e Placement	B1.1 creare un workshop periodico con tutti gli stakeholder territoriali, privati ed istituzionali, per definire esigenze formative, di ricerca e culturali su cui programmare l'attività dell'Ateneo nelle sue tre aree istituzionali d'azione	N° workshops svolti
Strategia C1 Implementazione del processo di comunicazione dei risultati ottenuti dall'Ateneo	Senato Accademico; C.d.a.; Ufficio Orientamento & Placement	C1.1 Organizzazione di un evento comunicativo che diffonda il "bilancio sociale" dell'azione dell'Ateneo	SI/NO
Strategia D1 Terza Missione Universitaria	Ufficio Business Development; Direzioni School; Consigli di Facoltà	D1.1 Promuovere il confronto tra Facoltà, School e imprese (o reti di imprese) per far emergere le effettive possibilità di collaborazione su progetti specifici di innovazione.	N° di incontri realizzati
	Ufficio Business Development; Ufficio Orientamento e Placement	D1.2 Sviluppare, a livello di Facoltà e School, programmi multidisciplinari per il decollo di progetti di terza missione in stretta collaborazione con le imprese.	N° programmi attivati

	Ufficio Business Development; Ufficio Orientamento e Placement	D1.3 Incoraggiare nuove forme di dialogo e di partenariato con le imprese, con il settore pubblico, con gli organismi di ricerca pubblici e privati, con gli investitori.	N° accordi sottoscritti
	Ufficio Business Development; Ufficio Orientamento e Placement	D1.4 Sviluppare forme di partenariato con soggetti istituzionali private, finalizzate a creare iniziative di eccellenza nella ricerca, definendo delle priorità anche alla luce delle potenziali ricadute sul territorio.	N° partenariati attivati
	C.d.A., Senato Accademico, Ufficio Trasferimento Tecnologico	D1.5 Realizzare un “Laboratorio virtuale di Ateneo”, per creare un’infrastruttura di collegamento dei laboratori dell’Ateneo, condividendo dati e risultati prodotti, allo scopo di fornire servizi innovativi fruibili anche dal mondo esterno.	SI/NO
	C.d.A., Senato Accademico, Ufficio Trasferimento Tecnologico	D1.6 Favorire la nascita di spin-off e start-up all’interno dell’Ateneo.	N° Spin-off realizzati
	C.d.A., Senato Accademico, Ufficio Trasferimento Tecnologico	D1.7 Realizzare un “Incubatore Aperto”, promuovendo gli spin off che possano offrire migliori garanzie di sviluppo nel breve/medio termine	
	C.d.A., Senato Accademico, Ufficio Trasferimento Tecnologico	D1.8 Favorire la realizzazione di attività di cosiddetto “public engagement” nelle modalità previste dall’ANVUR	
Strategia E1 Intercettare le esigenze di sviluppo delle Imprese	C.d.A., Senato Accademico	E1.1 Costituzione di Ufficio “Business Development” coordinato da un unico Responsabile e quattro coordinatori d’Area per le Relazioni esterne, le Relazioni Istituzionali, l’Orientamento ed il Placement	SI/NO

SCHEMA DI SINTESI: PROCESSI D'ATENEIO

STRATEGIA	PRESIDIO	AZIONI NEL TRIENNIO 2016-2018	INDICATORI DI AZIONE
Strategia A1 razionalizzazione struttura organizzativa	Direttore Amministrativo	A1.1 Definire gli obiettivi per ciascun settore amministrativo	N° riunioni tematiche periodiche per: definire gli obiettivi periodici; verificare il conseguimento degli obiettivi assegnati
	Direttore Amministrativo	A1.2 Individuare la consistenza ottimale del personale e valutare necessità di incremento (valutazione delle posizioni organizzative; riunioni tematiche per raccogliere le problematiche relative a finalità, responsabilità e compiti; definire le competenze necessarie per ciascuna posizione)	SI/NO
	Direttore Amministrativo	A1.3 Accorpate gli uffici (valutazione delle funzioni esistenti e accorpamento delle stesse secondo finalità)	SI/NO
Strategia B1 Valorizzazione delle competenze	Direttore Amministrativo	B1.1 Valutazione del potenziale. Somministrazione questionari volti a misurare: competenze; esigenze di formazione; grado di soddisfazione/benessere	N° di processi valutativi realizzati
	Direttore Amministrativo	B1.2 Migliorare le prestazioni delle risorse umane orientandole verso il conseguimento degli obiettivi (valutazione delle prestazioni analizzando per ciascun lavoratore: risultati ottenuti in relazione agli obiettivi assegnati; comportamenti organizzativi del lavoratore)	N° di processi valutativi realizzati
Strategia C1 Miglioramento della comunicazione interna inter-ufficio (circolazione coerente e coordinata delle informazioni dentro l'università)	Direttore Amministrativo	C1.1 Sviluppo comunicazione dall'«alto» (c.d.a.; direzione, senato accademico; consigli facoltà) verso il «basso» (uffici e singoli operatori).	N° periodiche circolari descrittive dello stato di avanzamento delle attività d'ateneo; riunioni di lavoro tra dirigenza e personale per sviluppare processi di miglioramento delle azioni

	Direttore Amministrativo	Cl.2 Sviluppo della comunicazione “orizzontale”.	N° riunioni congiunte intra/servizi dei responsabili d'ufficio per definire strategie comuni di sviluppo delle azioni
--	-----------------------------	---	--

SCHEMA DI SINTESI: POST LAUREAM

STRATEGIA	PRESIDIO	AZIONI NEL TRIENNIO 2016-2018	INDICATORI DI AZIONE
Strategia A1 (School of Management) Diversificazione territoriale delle attività e penetrazione nazionale	Direzione SoM	A1.1 Consolidamento rapporti con partner nazionali per ampliare l'offerta di testimonianze qualificate, di visite aziendali e di stage	N° visite aziendali per anno
	Direzione SoM	A1.2 Ampliamento del network School a istituzioni e imprese di livello nazionale per cogliere nuove opportunità di formazione e ricerca-intervento	N° imprese partner coinvolte
	Direzione SoM	A1.3 Incremento dei percorsi posizionati a Trani per ampliare l'offerta post-triennale dell'Università	N° Corsi istituiti
	Direzione SoM	A1.4 Lancio MBA	SI/NO
	Direzione SoM	A1.5 Consolidamento della presenza nel Brindisino e in Salento sfruttando l'acquisizione della LUMAS di Lecce anche in sinergia con l'attività di recruiting delle due Facoltà	SI/NO
	Direzione SoM	A1.6 Rilancio della presenza in Basilicata in funzione di una specializzazione su cultura e turismo	SI/NO

	Direzione SoM	A1.7 Consolidamento della presenza nel Nord su Milano a supporto della strategia di internazionalizzazione	SI/NO
	Direzione SoM	A1.8 Consolidamento della presenza del Centro su Roma in funzione dello sviluppo delle attività con istituzioni pubbliche	SI/NO
	Direzione SoM	A1.9 Apertura linea di penetrazione a Ovest verso la Campania	SI/NO
Strategia A2 (School of Management) Internazionalizzazione	Direzione SoM	A2.1 Strutturazione rapporti tra School of Management e Università straniere per definire attività co-branded e scambi di studenti e di faculty	N° Attività avviate per anno
	Direzione SoM	A2.2 Attrazione docenti e ricercatori di profilo internazionale a supporto della sviluppo internazionale e in sinergia con le attività internazionali della Facoltà di Economia	N° di Professori e(o) Ricercatori coinvolti per Corso
	Direzione SoM	A2.3 Ampliamento del network School a istituzioni e imprese di livello internazionale per garantire un'offerta di testimonianze qualificate, di visite aziendali e di stage coerente con l'offerta formativa	N° partecipanti al Network
	Direzione SoM	A2.4 Lancio Summer School internazionale per testare nuovi contenuti	SI/NO
	Direzione SoM	A2.5 Lancio percorsi master in formula blended	N° Percorsi master avviati per anno

Strategia B1 (Scuola Specializzazione Professioni Legali) Rafforzare la qualità e la specializzazione della SSPL per contrastare la diminuzione degli iscritti; incrementare l'attività post lauream della Facoltà di Giurisprudenza	Direzione SSPL	B1.1 Ampliamento della rete di relazione di partenariato con Istituzioni Pubbliche e Tribunali per la formazione in aula e gli stage	N° partner per anno
	Direzione SSPL	B1.2 Internazionalizzazione (incrementare il numero di studi legali internazionali con cui stabilire rapporti di collaborazione.	N° di Convenzioni di partenariato stipulate per anno
	Facoltà Giurisprudenza; Direzione SSPL	B1.3 Posizionamento su Trani della sede dei Corsi della SSPL e dell'attività post-lauream della Facoltà di Giurisprudenza	SI/NO
	Facoltà Giurisprudenza; Direzione SSPL	B1.4 Sviluppo di iniziative formative congiunte con l'ordine degli Avvocati di Bari e Trani	N° iniziative realizzate
	Facoltà Giurisprudenza; Direzione SSPL	B1.5 Realizzazione di Corsi di specializzazione per il rilascio del titolo di Avvocato Specialista in collaborazione con gli Ordini Professionali	N° Corsi realizzati
	Facoltà Giurisprudenza; Direzione SSPL	B1.6 Incrementare l'offerta formativa di masters professionalizzanti che presentino un accentuato carattere interdisciplinare tra le due facoltà di giurisprudenza ed economia.	N° Masters programmati