

## **Piano di Sviluppo Terza Missione 2022-2025** **Versione 14 febbraio 2023**

### **Descrizione della struttura organizzativa**

(Max 10500 caratteri)

Nel precedente triennio (2019-2021) la Commissione Ricerca del Dipartimento aveva istituito al suo interno il Gruppo di Lavoro Terza Missione (GdLTM).

Il GdLTM era costituito da cinque membri della Commissione Ricerca, vale a dire lo stesso Coordinatore della Commissione e i rappresentanti delle diverse Sezioni del Dipartimento: Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata.

Il gruppo di lavoro così composto aveva lo scopo di programmare e perseguire gli obiettivi strategici del PTSTM 2019-2021, di avviare un monitoraggio costante degli ambiti di Terza Missione considerati rilevanti per il Dipartimento e, infine, di condividere con la Commissione Ricerca le performance annuali delle singole Sezioni e quelle trasversali alle aree di studio.

Al GdLTM era anche affidato il compito di sensibilizzare i colleghi/le colleghe appartenenti alle rispettive Sezioni riguardo l'importanza per il Dipartimento e per l'Ateneo di costruire una progettualità strategica, un monitoraggio continuo e una valutazione in itinere delle attività di Terza Missione. La rappresentanza in sede di GdLTM delle quattro Sezioni ha garantito al Dipartimento la valorizzazione delle diverse attività di sviluppo delle conoscenze, di formazione e di disseminazione del sapere, specifiche di ogni disciplina.

Negli scorsi anni, il GdLTM si è occupato di monitorare l'implementazione del Piano e di rispondere tempestivamente alle richieste di modifica provenienti dall'Ateneo (es. chiarimenti sul calcolo delle baseline). La conclusione del triennio e la restituzione del giudizio ampiamente positivo ricevuto dall'Ateneo sul PTSTM 2019-2021 conferma la capacità del Dipartimento di riuscire a pianificare e realizzare attività di Terza Missione.

Questa fase si conclude con l'istituzione di un nuovo GdLTM (decreto rep. N. 372/2022), composto dal Coordinatore e da un rappresentante per ogni Sezione del Dipartimento, con il triplice mandato di:

- approntare una prima versione del nuovo PTSTM 2022-2025;
- stabilire obiettivi, criteri e modalità per l'assegnazione dei fondi 2021 e 2022 a sostegno/incentivo delle attività di Terza Missione del Dipartimento;
- sviluppare una o più soluzioni organizzative per l'istituzione di una "Commissione Terza Missione", sulla base di una ricognizione di analoghe esperienze già in atto nel nostro Ateneo e di una riflessione su specifici obiettivi del Dipartimento FISPPA.

Il lavoro del GdLTM si conclude con la raccomandazione al Dipartimento di promuovere la creazione della Commissione Terza Missione, successivamente istituita con Delibera di Dipartimento del 28.10.2022 e così composta: Direttore o suo/a delegato/a che la presiede, Coordinatori/trici delle sezioni del Dipartimento o loro delegati/e; Segretario/a di Dipartimento o suo/a delegato/a; eventuali altri componenti in grado di apportare alla Commissione significative esperienze e competenze maturate in attività di Terza Missione.

La Commissione Terza Missione presenta una rilevanza strategica per il Dipartimento perché, in continuità con quanto già pianificato e realizzato dai precedenti GdLTM, il suo operato permetterà di valorizzare le attività svolte dal Dipartimento FISPPA perseguendo obiettivi e target

maggiormente sfidanti rispetto al triennio precedente. Il PTSTM 2022-2025 contiene infatti sia elementi di continuità rispetto al PTSTM 2019-2021, come ad esempio la valorizzazione di alcuni ambiti strategici per il Dipartimento, in specifico il Public Engagement e la Formazione continua, sia elementi di innovazione concepiti sulla solida esperienza del Dipartimento, che si esprime nella pianificazione e gestione delle attività di Terza Missione che coinvolgono non solo la realtà territoriale locale, ma l'intera comunità nazionale, grazie alla valorizzazione dell'eterogeneità disciplinare del FISPPA.

Il lavoro che si svilupperà nel periodo 2022-2025, grazie anche all'istituzione della Commissione Terza Missione, è volto ad avviare una nuova fase rispetto alla Terza Missione del Dipartimento, una fase in cui la priorità non è solo ampliare le attività, ma anche sistematizzare la mole di lavoro svolta in questi anni dotandosi di una struttura organizzativa stabile, interna al Dipartimento, che possa sostenere le attività di ricerca, formazione, tutela della salute psicologica e costruzione di innovative risposte ai bisogni sociali, grazie a competenze amministrative, di valutazione e monitoraggio, di comunicazione e di gestione di processi di costruzione di partnership con i diversi attori locali. Tale struttura di lavoro sarà finanziabile tramite la riorganizzazione di alcune aree di lavoro, l'erogazione di varie tipologie di corsi e attività in cui il Dipartimento è attivo e la partecipazione a nuovi bandi.

La sua finalità è rispondere al bisogno, tipico della società della conoscenza, di mettere a disposizione dei diversi attori locali, contesti innovativi di apprendimento per tutta la vita e di *reskilling* (MOOC, corsi di alta formazione post-lauream, corsi virtuali, brevi, ecc.), garantendo il più ampio accesso possibile a studenti già laureati, professionisti della scuola, del sistema di welfare, delle aziende e del terzo settore. Questo obiettivo può essere raggiunto non solo aggiungendo attività, ma anche integrando nelle diverse attività di Terza Missione le acquisizioni della ricerca che si realizza sistematicamente nelle diverse Sezioni del Dipartimento e permettendo allo stesso tempo alla ricerca di alimentarsi tramite il dialogo continuo con le professioni e i diversi contesti lavorativi. La Terza Missione è infatti concepita nel presente Piano non solo come un processo unidirezionale di trasmissione e divulgazione dei saperi scientifici prodotti attraverso le molteplici, ordinarie, azioni di ricerca, quanto come un processo bidirezionale, di partecipazione, ascolto e dialogo in grado di generare reciproci benefici e innovativi processi di co-apprendimento e co-ricerca tra Dipartimento, enti locali, servizi, scuole, enti del terzo settore, imprese, ecc.

Tale processo è fondamentalmente orientato a dare compimento al mandato costituzionale, secondo cui *“È compito della Repubblica [e delle sue diverse articolazioni] rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese...”* (art. 3).

Il presente Piano intende organizzare le attività della TM secondo una logica non sequenziale, ma ciclica, che prevede le seguenti fasi di lavoro:

- progettazione
- gestione amministrativa e finanziaria
- implementazione
- monitoraggio e rendicontazione
- comunicazione interna ed esterna delle attività e dei risultati.

## **AMBITO B**

### **Public engagement e sviluppo sostenibile**

Peso: 30%

#### **Obiettivo generale (Max 3500 caratteri)**

Questo ambito rappresenta una delle principali aree del Dipartimento, già presente come azione strategica nella pianificazione dei precedenti PTSTM. Questo elemento di continuità con gli altri Piani costituisce un punto di forza per il Dipartimento che, nell'attuale struttura del PTSTM, si trova nella condizione di poter pianificare obiettivi innovativi e sfidanti. Nello specifico, il giudizio ampiamente positivo dell'Ateneo sul PTSTM 2019-2021 dimostra la capacità del Dipartimento di pianificare e realizzare iniziative culturali, sociali e formative rivolte alla comunità. Il carattere multi e interdisciplinare che caratterizza il FISPPA si riflette nella capacità del personale docente e tecnico amministrativo di contribuire efficacemente alla circolazione dei saperi anche fuori dall'Ateneo. Oltre alle attività di public engagement, il FISPPA è coordinatore di un Programma di interesse nazionale, P.I.P.P.I., il cui acronimo si ispira alla resilienza di Pippi Calzelunghe come metafora della forza dei bambini nell'affrontare le situazioni avverse della vita: un innovativo paradigma di azione pubblica, avviato nel 2011 con il Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali e finanziato nel PNRR a partire dal 2022 in quanto definito come uno dei primi 6 Livelli Essenziali di Prestazione sociale (LEPS) italiani nella Legge di bilancio 2021. Con P.I.P.P.I., Università e Ministero si sono posti a servizio dello stesso bene comune, orientando la Ricerca e le attività didattico-formative verso il miglioramento della qualità dei servizi offerta ai bambini e alle loro famiglie (Terza Missione). P.I.P.P.I. persegue la finalità di innovare e uniformare nel territorio nazionale le pratiche di intervento nei confronti delle famiglie in situazione di vulnerabilità al fine di prevenire il rischio di maltrattamento e il conseguente allontanamento dei bambini dal nucleo familiare. Nella valutazione TM ANVUR del maggio 2022 relativa al quadriennio 2015-19, P.I.P.P.I. è stato valutato come Eccellente con 37.5 punti su 40, collocandosi al secondo posto fra i 16 progetti sottoposti a valutazione dell'Università di Padova.

L'attività nell'ambito B si articola in due macroaree (B1 e B2) e tre obiettivi specifici: B1.1, B1.2 B.2.

B1.1: Incrementare la già considerevole attività di public engagement costituisce un obiettivo particolarmente sfidante per il Dipartimento per due motivi: da un lato permette di valorizzare le diverse competenze dei docenti nel coinvolgere cittadini/e e diverse istituzioni nella disseminazione dei risultati della ricerca, dall'altro mette in risalto il contributo del personale FISPPA ai programmi di pubblico interesse, all'attività giornalistica e, più in generale, alla divulgazione scientifica.

B1.2: Implementare un sistema informativo di mappatura e di monitoraggio delle attività di public engagement del Dipartimento. Consapevoli delle criticità riguardanti il processo interno di raccolta dati e documentazione delle azioni di public engagement, questo obiettivo è orientato a sviluppare un processo di analisi regolare di tali attività, anche con lo scopo di comunicare nel sito di Dipartimento le molteplici azioni di *public engagement* svolte dal FISPPA e nella prospettiva di rafforzare il legame fra il FISPPA e i diversi attori della comunità locale.

B2: Garantire la continuità delle azioni di formazione, monitoraggio e valutazione del programma P.I.P.P.I., previste dall'Accordo fra il Dipartimento e il Ministero sul finanziamento del Fondo Nazionale Politiche Sociali per 65 Ambiti territoriali sociali (ATS) all'anno e l'avvio e la gestione

delle azioni previste dal nuovo finanziamento nazionale per 380 ATS derivante da PNRR, nel periodo 2022-2025

### **Azioni:**

1. Monitorare con continuità le attività di public engagement, implementando il database relazionale già sviluppato dal FISPPA, e il loro collegamento con gli Obiettivi di Sviluppo sostenibile (B1).
2. Istituire un processo di monitoraggio ex post delle attività di public engagement, in grado di rilevare soddisfazione, percezione dell'apprendimento e del cambiamento nelle pratiche dei diversi soggetti partecipanti (B1 e B2).
3. Incentivare la realizzazione di progetti di Dipartimento di Terza Missione, valorizzando un approccio interdisciplinare (B1).
4. Individuare nuove forme di riconoscimento dell'impegno dei docenti e del personale tecnico-amministrativo nello svolgimento delle attività di public engagement (B1).
5. Identificare risorse dedicate alle attività di comunicazione esterna per migliorare la progettazione e la realizzazione di iniziative di public engagement (B1).
6. Consolidare la rete di stakeholder locali e nazionali del Dipartimento FISPPA (B1).
7. Creare un gruppo di lavoro dedicato alla progettazione, realizzazione e valutazione delle azioni formative (B2).
8. Stabilire e avviare un Accordo con UNISMART per la gestione del budget della formazione e la contrattualizzazione dei formatori responsabili della conduzione delle sessioni formative previste nel piano di formazione dei coach (B2).
9. Rinnovare e riprogettare la piattaforma MOODLE per la formazione dei coach rendendola accessibile a 600 nuovi coach e la piattaforma RPMonline2.0 per il monitoraggio delle attività con le famiglie (B2)
10. Aumentare il numero di account aperti su RPMonline2.0 per registrare l'attività con le singole famiglie da 700 a 3000 (B2).
11. Avviare e realizzare un progetto di dottorato di ricerca sulla valutazione del piano formativo dei coach (B2).

### **Impatto culturale, sociale ed economico**

(max 3500)

Ferma restando la volontà del Dipartimento di continuare a rilevare tutte le attività riconducibili al public engagement, verranno incentivati gli eventi culturali di pubblica utilità, le iniziative di comunicazione scientifica destinate alla cittadinanza e le attività di coinvolgimento del mondo della scuola in quanto maggiormente compatibili con la formulazione di proposte progettuali finalizzate a coinvolgere le diverse Sezioni del Dipartimento e, di conseguenza, in grado di favorire la "contaminazione dei saperi", che può essere promossa grazie all'orientamento multidisciplinare del Dipartimento. Nel Piano 2019-2021 una parte delle attività di public engagement è stata realizzata attraverso le piattaforme online per fronteggiare l'emergenza pandemica. Si tratta ora di dare priorità alle attività svolte in presenza, continuando comunque a svolgere iniziative realizzate in modalità duale e/o online. Tale allargamento di prospettiva risponde alla logica di valorizzazione

delle competenze digitali maturate durante la pandemia e di raggiungimento di diversi target di cittadini, compresi gli adolescenti e i giovani

**Impatto culturale:** Le attività di public engagement organizzate dai docenti si caratterizzano per un'elevata eterogeneità disciplinare e si rivolgono a diversi pubblici. Partendo da ciò, ci si pone l'obiettivo di allargare l'audience destinatario delle iniziative, includendo i professionisti che operano nei servizi zero-tre e gli enti coinvolti nella loro governance, oltre che rafforzando la cooperazione con gli stakeholder locali

**Indicatore:** Livello di eterogeneità dei pubblici coinvolti. Attualmente i pubblici coinvolti sono prevalentemente 2: la cittadinanza generalmente intesa (per quanto riguarda gli eventi culturali di pubblica utilità, le iniziative di comunicazione scientifica nei mass media) e la scuola. Entro il 2025 ci aspettiamo di mantenere e rafforzare il coinvolgimento di questi 2 pubblici e di coinvolgere in maniera più sistematica il pubblico dei professionisti che operano nei servizi zero-tre (nidi e servizi innovativi per l'infanzia e le famiglie) e gli enti coinvolti nella loro governance (in particolare Comuni e Cooperative del Terzo Settore), passando così da 2 a 4 pubblici.

Baseline: 2

Target: 4

**Impatto sociale:** Nei servizi sociali delle 20 Regioni italiane si diffondono l'approccio culturale e metodologico proposto da P.I.P.P.I. relativamente al lavoro con le famiglie in situazione di vulnerabilità.

**Indicatore:** Numero di ATS italiani che hanno integrato P.I.P.P.I. nella programmazione e/o nei Piani di zona locali, gli approfondimenti qualitativi effettuati attraverso studi di caso effettuati in alcuni ATS scelti documentano i cambiamenti nelle risposte genitoriali ai bisogni di sviluppo dei figli.

Baseline: Nel 2022 30 ATS e 10 studi di caso.

Target: Al termine del 2025 ci aspettiamo 100 ATS e 20 studi di caso

**Impatto economico:** P.I.P.P.I. genera un finanziamento aggiuntivo del PNRR destinato agli Ambiti territoriali sociali di tutte le 20 Regioni italiane per l'implementazione del Programma a livello locale.

**Indicatore:** Numero di ATS italiani che hanno ricevuto un finanziamento PNRR e che sono attivi nell'implementazione di P.I.P.P.I.

Baseline: Nel 2022 400 ATS hanno avuto il finanziamento del PNRR.

Target: Nel 2025 ci aspettiamo che tutti 400 saranno ancora attivi e avranno speso in modo corretto il finanziamento ricevuto. La sfida, in questo caso, è non perdere nessuno per strada

## Obiettivi specifici:

### B1 Public Engagement

**B1.1:** Aumentare del 10% l'intero ammontare delle attività di *public engagement* realizzate dai/dalle docenti del Dipartimento. L'unità di misura impiegata è la singola "attività", collocabile in una delle seguenti categorie (in coerenza con le Linee guida ANVUR, Bando VQR 2015-2019):

- 1) eventi culturali di pubblica utilità e iniziative di comunicazione scientifica destinate alla cittadinanza;
- 2) attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola;
- 3) partecipazione a comitati e programmi di pubblico interesse (ad esclusione del programma nazionale P.I.P.P.I. inserito nell'obiettivo B.2);
- 4) divulgazione scientifica attraverso i media.

**Indicatore B1.1:**

Numero di attività svolte dai Docenti del FISPPA e rilevate mediante il database relazionale

**Baseline (punto di partenza)**

497 (fonte: SCRI 2019-2021)

**Target (valore obiettivo)**

547 (+ 10% rispetto alla baseline)

**B1.2:** Passare dall'attuale strumento di rilevazione delle attività di public engagement (questionario online) all'implementazione di un database relazionale (sezione dedicata alle attività di Terza Missione), già in fase di realizzazione, che permetterà al Dipartimento una mappatura continua e maggiormente accurata di tutte le iniziative. Tale mappatura ci permetterà di raggiungere un obiettivo strategico per il PTSTM riguardante la comunicazione esterna. Avendo a disposizione le informazioni aggiornate sulle attività di public engagement, derivanti dal database relazionale, il Dipartimento riuscirà a comunicare in modo efficace nel sito istituzionale il proprio impegno nei confronti della cittadinanza.

**Indicatore B1.2:**

Sviluppo e implementazione di un database relazionale che consenta di rilevare e monitorare in continuo tutte le attività di Terza Missione realizzate da docenti del Dipartimento e predisposizione di una sintesi annuale dei risultati maggiormente rilevanti, affinché sia disponibile agli utenti esterni (pubblico generale, tramite sito web del Dipartimento).

**Baseline (punto di partenza)**

0

**Target (valore obiettivo)**

Pubblicazione nel sito di Dipartimento di 100 attività di public engagement all'anno, raggruppate per area tematica.

**B2 Produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione**

**B2.1:** Garantire l'avvio e la gestione complessiva delle azioni di monitoraggio e valutazione dei processi di assessment e progettazione con ognuna delle 3000 Famiglie target coinvolte nei 300

ATS attualmente iscritti ai moduli Start e Base del Programma, attraverso l'implementazione dello strumento RPMonline2.0 (Rilevazione, Progettazione, Monitoraggio), ri-progettato da ASIT nel corso del 2022, e la realizzazione complessiva delle azioni di formazione previste per 2 coach di ognuno degli stessi 300 ATS .

**Indicatore B2.1:**

Numero di famiglie con assessment al T0 (Tempo iniziale dell'intervento) e al T2 (Tempo finale dell'intervento).

**Baseline (punto di partenza)**

Numero di famiglie con assessment al T0 e al T2 (media annuale nel triennio 2019-2021) = 550.

**Target (valore obiettivo)**

Numero di famiglie partecipanti al Programma con assessment al T0 e al T2 = 3000 (media del triennio 2022-2025).

## **AMBITO C**

### **Beni artistici e culturali**

Peso: 25%

#### **Obiettivo generale**

(max. 3500 caratteri)

Il Museo dell'Educazione del Dipartimento FISPPA, in quanto istituzione permanente senza scopo di lucro, si pone al servizio della società e del suo sviluppo effettuando ricerche pedagogico-educative sulle testimonianze materiali e immateriali dell'uomo e del suo ambiente. Il Museo le acquisisce, le conserva, le comunica e, specificatamente, nella sua trentennale attività, ha svolto molteplici attività: i ricercatori del Dipartimento hanno trovato nel patrimonio storico-educativo progressivamente raccolto e conservato un ricco materiale documentario che ha permesso di svolgere ricerche regolarmente pubblicate. Il Museo, infatti, dispone di molti materiali sia scolastici sia relativi all'educazione in generale nella vita extrascolastica, in particolare dell'infanzia. Il patrimonio è oggetto di attenzione non solamente da parte delle numerose scolaresche in visita, ma anche degli studenti universitari. Le collaborazioni intessute con diversi enti del territorio hanno dato luogo a mostre, aperture straordinarie, attività con famiglie e gruppi. Il Museo, quindi, integra le tre dimensioni della ricerca, della didattica e della Terza Missione. Proprio quest'ultima offre molte possibilità di sviluppo che si prevede di ampliare nel prossimo triennio.

L'obiettivo generale da perseguire è quello di conservare la memoria dell'educazione dei secoli passati, soprattutto Otto e Novecento, per permettere ai visitatori di ricordare le proprie radici culturali, non per replicare modelli passati che non rispondono più alle esigenze socio-culturali-educative del presente, ma per favorire la comprensione di quel passato e invitare ad una riflessione su di esso che valorizzi le diverse appartenenze e le idee che hanno dato luogo a differenti contesti educativi e scolastici. L'educazione alla memoria permette di favorire la costruzione personale, collettiva e critica del sapere storico-pedagogico svolgendo un'azione formativa anche per la popolazione sia di bambini che di adulti: il Museo intende collaborare a costruire cittadinanza attiva offrendo un luogo di confronto e dialogo tra le generazioni, differenziando e aumentando la tipologia e la quantità di attività offerte al pubblico.

Secondo l'ex direttore della didattica del Metropolitan Museum di New York, J. Veach Noble, ogni museo, come una mano, ha cinque dita: raccolta, conservazione, studio, interpretazione e presentazione. L'obiettivo generale del Museo dell'Educazione nel prossimo triennio, dopo la prolungata chiusura dovuta alla pandemia e al riallestimento realizzato nel corso del 2022, si colloca in tutte le cinque aree, con particolare riguardo allo studio e alla presentazione al fine di rafforzare e rilanciare il rapporto tra il Museo e la realtà territoriale locale. Il Museo dell'Educazione, come tutti i Musei dell'Ateneo di Padova, opera in stretta collaborazione con il CAM, che, in particolare, stabilisce compiti e funzioni del Responsabile scientifico e del Conservatore. Tutti i responsabili scientifici dei musei di Ateneo sono componenti del Consiglio di indirizzo del CAM. Il CAM gestisce le prenotazioni delle visite guidate ai Musei di Ateneo e i relativi introiti.

#### **Azioni**

- Partecipare a bandi per reperire nuove fonti di finanziamento per il Museo.
- Costituire un team di lavoro che coinvolge il Responsabile scientifico del Museo, gli studiosi del settore M-PED/02, il Conservatore del Museo, una/un dottoranda/o di ricerca, i volontari



del servizio civile, esperti di Ateneo di catalogazione, eventuali esperti di conservazione e progettisti di mostre.

- Incrementare le pagine Facebook e Instagram del Museo: si andranno a costituire due rubriche #accaddeoggi e #tesoronascosto, per portare all'attenzione di tutti alcuni dei materiali meno noti, o che sono rimasti finora nascosti. La prima rubrica trae spunto da ricorrenze specifiche, mentre la seconda permette di scegliere tra gli oggetti quelli che più possono interessare un vasto pubblico. Verranno pubblicati due post al mese a carattere scientifico. Si posteranno anche nuovi video sul Museo e le sue attività in collaborazione con i tecnici informatici del Dipartimento e i volontari del servizio civile.
- Prevedere, in collaborazione con il CAM, almeno due aperture straordinarie in occasione delle due mostre.

### **Impatto sociale**

Il Museo dell'Educazione è conosciuto e fruito regolarmente dal sistema scolastico locale.

**Indicatore di impatto sociale:** Aumento e diversificazione delle collaborazioni con gli Enti del territorio (Comuni, Pro Loco, Fondazioni, Scuole).

Baseline: 1 (attualmente il pubblico prevalente del Museo è il sistema scolastico comunale)

Target: 4 = 1 (scuola: passando dal sistema scolastico comunale a quello provinciale) + 3 (accordi di partenariato con Comuni, Pro Loco e Fondazioni).

### **Impatto economico**

Il Museo dell'educazione avvia il processo di identificazione di un "modello di sviluppo" anche economico, in collaborazione con il CAM in cui siano tracciabili eventuali entrate ricavate dalle visite (di attuale gestione CAM) e dalle Mostre (se sarà possibile prevedere un biglietto di entrata nel caso siano allestite fuori dai locali del Museo) e/o benefici economici indiretti, tramite attività dedicate di partecipazione attiva, e/o allo sviluppo di attività "phygital", tramite la messa a disposizione di contenuti digitali on demand, ecc. Al momento, non è stimabile un impatto economico sul territorio derivante da maggiori entrate da attività del Terziario nella zona in cui è situato il museo.

**Indicatore di impatto economico:** Individuazione e definizione di un modello di sviluppo economico del Museo.

### **Impatto culturale**

Incremento delle attività connesse con l'educazione alla memoria nella prospettiva della costruzione del museo come luogo inclusivo e promotore di cittadinanza attiva sul territorio, con particolare riguardo all'infanzia, alla terza età e alle persone con disabilità.

**Indicatore di impatto culturale:** Numero di persone con disabilità, numero di scolaresche che effettuano visite al museo, numero di attività intergenerazionali, che coinvolgono cioè sia bambini che persone anziane, promosse dal Museo.

**Baseline:** nel periodo 2020-2022 il numero di scolaresche che hanno effettuato visite al museo, il numero di persone con disabilità, il numero di attività intergenerazionali (che coinvolgono cioè sia bambini che persone anziane) promosse dal Museo è stato pari a 0.

**Target:** nel periodo 2022- 2025 ci aspettiamo 10 classi al mese che effettuano visite al museo, 1 bambino con disabilità per classe, 1 attività intergenerazionale al mese per 9 mesi all'anno realizzata.

## **Obiettivi specifici:**

### **C1 Mostre tematiche**

Organizzare mostre tematiche con i materiali del Museo aperte alla popolazione oltre che alle scolaresche e agli studenti universitari. Si elaboreranno specifici percorsi di visita relativi all'utilizzo dei supporti multimediali e dei sussidi didattici nell'educazione, con particolare riferimento alle tematiche relative all'inclusione sociale, all'intergenerazionalità, all'educazione alla cittadinanza attiva.

#### **Indicatore C1:**

Numero di mostre allestite.

#### **Baseline (punto di partenza)**

Nel periodo maggio-novembre 2022 il Museo è stato riallestito nei locali del Palazzo ex ECA, sede del Dipartimento, ma dal 2020 è stato prevalentemente chiuso al pubblico a causa della pandemia. Numero di mostre allestite nel triennio 2019-2021 = 0.

#### **Target (valore obiettivo)**

Allestimento di 2 mostre all'anno presso il Museo dell'Educazione o in luoghi gestiti da Enti pubblici (es. Comune): 2.

### **C2: Scolaresche in visita**

Incrementare le visite guidate a scolaresche, compatibilmente con la capienza massima del museo (fissata a 25 persone) e le condizioni ambientali delle sale.

#### **Indicatore C2**

Numero di scolaresche in visita guidata.

#### **Baseline (punto di partenza)**

Zero scolaresche nel periodo di baseline.

#### **Target (valore obiettivo)**

35 scolaresche all'anno.

## AMBITO D

Peso: 20%

**Sperimentazione clinica e iniziative di tutela della salute (es. trial clinici, studi su dispositivi medici, studi non interventistici, biobanche, empowerment dei pazienti, cliniche veterinarie, giornate informative e di prevenzione, campagne di screening e di sensibilizzazione)**

### Obiettivo generale:

L'obiettivo D si focalizza ed insiste sull'esercizio dell'attività clinica svolta da docenti psicologi/psicoterapeuti afferenti al Dipartimento FISPPA per attività di tutela della salute declinata nella prospettiva della salute psicologica.

### Azioni

- 1) Promuovere e sensibilizzare, anche durante le occasioni istituzionali, i membri afferenti al FISPPA abilitati alla professione di psicologo/psicoterapeuta a implementare alcune attività cliniche, sia alla luce dei risvolti etici che tali attività implicano che a quella del successivo punto 3.
- 2) Promuovere l'avvio di almeno due studi clinici condotti con la partecipazione di membri del FISPPA.

### Impatto sociale

La partecipazione del FISPPA alle attività di promozione/prevenzione, mantenimento e cura della salute (mentale) pubblica permette di far fronte a quella che è una cogente esigenza della nostra società, testimoniata dal quasi allarmante aumento delle richieste di consulenza/supporto/trattamento che è solo parzialmente diminuita con il termine della crisi pandemica. Si tratta di una dimensione applicativa della Terza Missione con rilevanti implicazioni etiche, di sostenibilità e di inclusione.

**Indicatore di impatto sociale:** aumento della diversificazione/capillarità della partecipazione dei docenti FISPPA a studi clinici.

Baseline: 0

Target: 2

### Impatto culturale

La presenza di docenti del FISPPA con competenze sia cliniche che di ricerca permetterà di porre in essere alcuni studi clinici mirati che possano testimoniare le peculiarità della ricerca e attrarre l'attenzione dei media e del territorio.

**Indicatore di impatto culturale:** aumento delle iniziative di diffusione/divulgazione, da parte dei membri del FISPPA, dei risultati degli studi clinici condotti.

Baseline: 0

Target: 2

### **Obiettivo specifico:**

**D1:** Aumentare gli studi clinici/applicativi, a carico del singolo docente o di gruppi di docenti del FISPPA, mappandone gli esiti.

### **Indicatore**

Numero di studi clinici/applicativi, a carico del singolo docente o di gruppi di docenti del FISPPA.

### **Baseline**

Nessuno studio clinico è stato condotto nel 2021 da parte del personale che afferisce al FISPPA (= 0)

### **Target (valore obiettivo)**

Realizzare entro fine 2025 almeno due studi clinici, con responsabilità scientifica di docenti FISPPA, che siano successivamente oggetto di divulgazione pubblica (es. pubblicazioni su riviste di ampia visibilità/accesso facilitato).

## **AMBITO E**

### **Formazione continua**

Peso: 25%

#### **Obiettivo generale** (max 3500 caratteri)

Le attività di formazione permanente e di didattica aperta realizzate da ognuna delle quattro Sezioni del FISPPA sono molteplici, continue e articolate. Alcune rispondono a una domanda formativa locale, altre a istanze nazionali.

L'insieme delle attività si sostanzia di corsi di alta formazione, singole attività di formazione continua rivolte a insegnanti e professionisti del sistema di welfare locale e nazionale, corsi MOOC (Massive Open Online Courses), ossia i percorsi di apprendimento a distanza rivolti a diverse tipologie di utenza con materiali didattici accessibili e in modalità open access.

Nel periodo 2022-2025 il Dipartimento intende strutturare maggiormente e differenziare tali attività al fine di rispondere al meglio, in particolare, ai bisogni dei servizi zero-tre (nidi) e del sistema integrato zero-sei nel suo complesso, della scuola (dalla scuola dell'infanzia alla secondaria superiore), anche alla luce delle nuove problematiche legate agli effetti della pandemia sullo sviluppo sociale, cognitivo e psicologico di bambini e ragazzi, sul ripensamento della formazione delle competenze digitali, relazionali, comunicative e didattiche degli educatori e degli insegnanti, al fine di sostenere il pieno sviluppo del potenziale umano di ogni bambino/a e i ogni ragazzo/a, in prospettiva inclusiva, unendosi allo sforzo collettivo previsto dagli obiettivi 4 e 10 dello sviluppo sostenibile, per prevenire e contrastare la dispersione scolastica.

#### **Azioni**

1. Rispondere alle diverse richieste di formazione continua che giungono dal sistema dei servizi sociali, dei servizi zero-sei e dalla scuola.
2. Pianificare e rendere visibile sul sito del Dipartimento l'offerta di formazione continua del Dipartimento rivolta al sistema dei servizi sociali, a quello dei servizi zero-sei e alle scuole.
3. Monitorare con continuità quantità e qualità delle attività di formazione, implementando il database relazionale già sviluppato dal FISPPA e con questionari specifici di rilevazione della qualità dell'offerta formativa.
4. Utilizzare i dati del monitoraggio per qualificare la programmazione dell'offerta e renderla via via più rispondente alla specificità dei bisogni espressi dai servizi e dalle scuole.

#### **Impatto sociale, economico e culturale**

Il Dipartimento FISPPA esprime un insieme di competenze strategiche fondamentali per la governance di percorsi di formazione continua. Tali competenze si esprimono sia nella formazione continua rivolta agli insegnanti sia nei MOOC, corsi di alta formazione e/o corsi a catalogo concepiti per rispondere ai bisogni sociali di aggiornamento di varie tipologie di professionisti.

**Impatto sociale:** ampliamento della rete di istituzioni/enti/scuole che sviluppa azioni di formazione continua con il Dipartimento FISPPA promuovendo l'integrazione territoriale, l'inclusione scolastica, la riduzione della dispersione scolastica.

### **Indicatori di impatto sociale:**

1) Numero di istituzioni/enti/scuole che sviluppa azioni di formazione continua con il Dipartimento FISPPA.

Baseline: 0 (non rilevata precedentemente)

Target: 30 entro fine 2025

2) Numero di partecipanti ai corsi di alta formazione / formazione continua.

Baseline: nell'anno 2021: circa 1.000 partecipanti.

Target: entro fine 2025: circa 4.000 partecipanti.

3) Qualità della soddisfazione rispetto alla partecipazione ai corsi, rilevabile tramite un questionario di soddisfazione che utilizza la scala Likert.

Baseline: 0 (non rilevato in precedenza)

Target: 4 (in una scala 1÷6, in cui 1 significa “per niente soddisfatto” e 6 significa “del tutto soddisfatto”)

**Impatto economico:** L'impatto economico dei corsi di alta formazione / formazione continua organizzati dal Dipartimento FISPPA si genera sull'aumento dell'inclusione sociale e lavorativa dei futuri cittadini adulti.

**Indicatore di impatto economico:** L'impatto economico delle attività formative messe in atto è difficilmente rilevabile, perché si tratta di processi che generano ricadute sul lungo periodo.

**Impatto culturale:** aumento dei CFU garantiti alle scuole e al sistema dei servizi zero-sei attraverso corsi di formazione continua erogati dal FISPPA.

**Indicatore di impatto culturale:** numero di CFU erogati.

Baseline: 0 (non rilevato in precedenza)

Target: 30 CFU

### **Obiettivo specifici:**

#### **E1:**

Continuare e ampliare l'impegno del Dipartimento nel rispondere alle esigenze formative degli educatori del sistema dei servizi zero-sei e degli insegnanti sulla base di richieste di singole istituzioni scolastiche o educative o di enti locali diversi.

#### **Indicatore E1**

Tasso di risposta positiva, costituito dal rapporto tra il numero di progetti formativi (corsi) attivati dal FISPPA e le richieste pervenute dalle istituzioni scolastiche locali e dal sistema zero-sei.

#### **Baseline (punto di partenza)**

100%

**Target (valore obiettivo)**

100%

**E2:**

Aumentare il numero di MOOC di Dipartimento.

**Indicatore E.2**

Numero totale di MOOC

**Baseline (punto di partenza): 2**

**Target (valore obiettivo): 5**