

Gruppo Terza Missione Placement & Alumni

Federico Colombo

Dirigente Area Ricerca, Innovazione e Rapporti con le Imprese
Politecnico di Milano

27 Gennaio 2022

Obiettivi del Tavolo

Migliorare e consolidare la capacità di gestione delle reti Alumni e delle attività di Placement nel contesto della Terza Missione, con riferimento a:

Obiettivi di Ateneo

—

Modelli organizzativi, strutture a supporto

—

Attività, Principali Processi, KPI (obiettivi operativi)

—

Risorse, competenze, strumenti a supporto

Nota alle attività

Si è deciso di separare metodologicamente i due tavoli:

2021 → focus su Tavolo Alumni (da chiudere nel 2022)

2022 → focus su Tavolo Placement

Perché?

→ Le due attività sono sinergiche ma si trovano a diversi stadi di sviluppo, inoltre hanno obiettivi non del tutto sovrapponibili.

Attività 2021

FOCUS: TAVOLO ALUMNI

5 incontri:

20/5/2021

Definizione quadro di riferimento e obiettivi del Tavolo

22/7/2021

Condivisione stato di fatto reti Alumni in Italia

9/9/2021

Definizione delle opportunità e delle aspettative in relazione alla Terza Missione

26/11/2021

Identificazione dei parametri di valutazione dello stato di fatto e pianificazione della survey

13/12/2021

Condivisione dei risultati della survey e next steps

Premessa

Questo lavoro nasce da un **interesse, condiviso dagli Atenei coinvolti**, nell'esplorare le **potenzialità di sviluppo di una rete Alumni** e le opportunità che questa può generare nell'ambito della **Terza Missione dell'Università**.

Hanno partecipato:

Politecnico di Milano

Politecnico di Torino

Scuola IMT Alti Studi Lucca

Scuola Normale Superiore di Pisa

Scuola Superiore Sant'Anna

Università Ca' Foscari Venezia

Università degli Studi delle Scienze Gastronomiche

Università degli Studi di Bari

Università degli Studi di Bergamo

Università degli Studi di Firenze

Università degli Studi di Macerata

Università degli Studi di Milano

Università degli Studi di Padova

Università degli Studi di Udine

Università della Calabria

Obiettivi del Tavolo Alumni - 2021



- ✓ Mappare lo stato di fatto dei progetti Alumni in Italia



- ✓ Definire le potenziali aree di sviluppo strategico degli atenei in cui la rete Alumni può avere un ruolo chiave

FASE 1



- ✓ Mappare lo stato di fatto
dei progetti Alumni
in Italia

Analisi dello stato di fatto delle reti Alumni in Italia

Il tavolo ha evidenziato alcuni parametri per valutare la relazione tra gli atenei e le reti Alumni e il grado di maturità di questa relazione nell'ambito degli obiettivi della Terza Missione :



Forma organizzativa

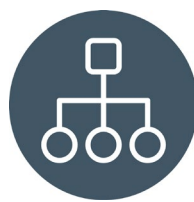
La maggior parte delle realtà analizzate prende la forma di un **associazione indipendente**.

La maggior parte di queste associazioni ricade nelle competenze di un'area dell'ateneo dedicata anche al **placement**



Target

Tutte le realtà estendono le attività, oltre che ai soci sostenitori, a **tutti gli Alumni**



Governance

La maggior parte delle realtà analizzate ha una governance completamente **esterna** a quella dell'Ateneo.

Soltanto poche realtà possono contare sulla presenza di un **Delegato**



Posizionamento in relazione al piano strategico di ateneo

Nella maggior parte dei casi analizzati, il piano strategico non menziona le reti Alumni quali **strumenti chiave** per il raggiungimento degli obiettivi



Attività e obiettivi

Nella maggior parte dei casi analizzati, le attività dedicate agli Alumni sono di tipo amministrativo e segretariale, al più di networking.

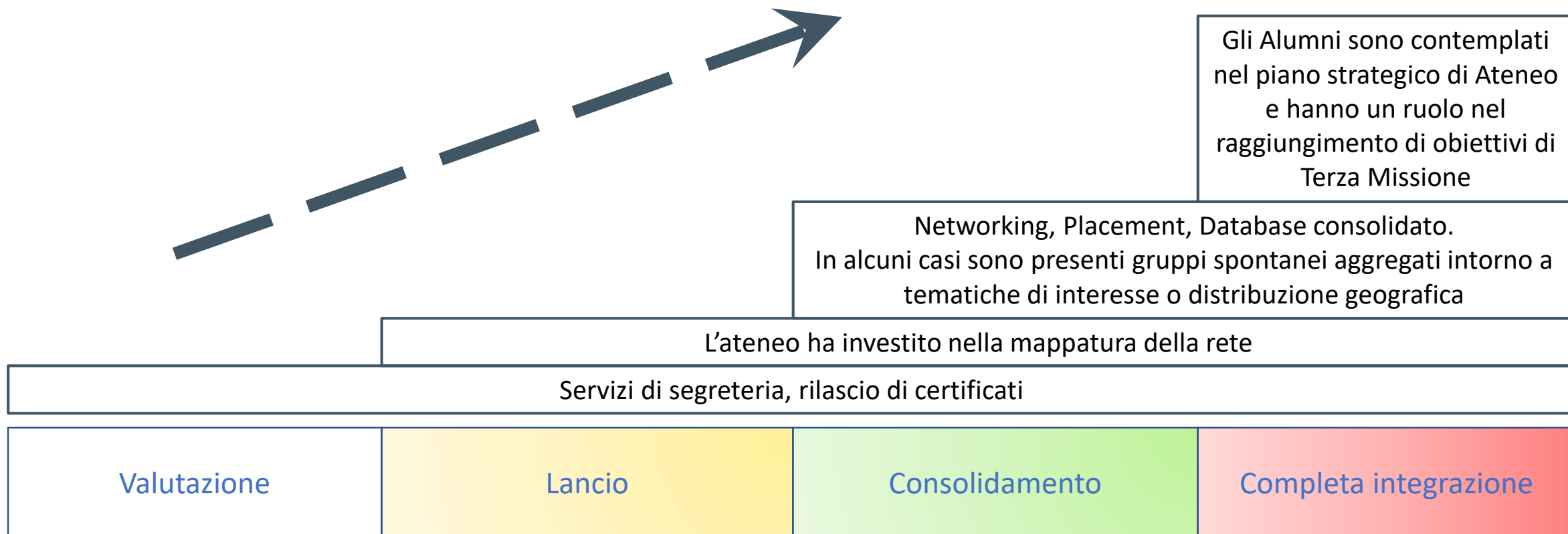
L'ateneo si appoggia alla rete Alumni solo per potenziare i servizi di **placement**

Analisi dello stato di fatto delle reti Alumni in Italia

Survey

Il gruppo ha formalizzato questi 5 parametri in una survey distribuita tra i partecipanti, che ha permesso di fare il punto sul grado di sviluppo delle reti Alumni degli atenei italiani. Il gruppo ha quindi potuto misurarlo in modo diretto e indiretto e in relazione alla percezione che l'ateneo e la rete Alumni hanno della reciproca interazione.

In base a questi 5 parametri, il tavolo ha individuato **4 stadi di sviluppo** dei progetti Alumni.

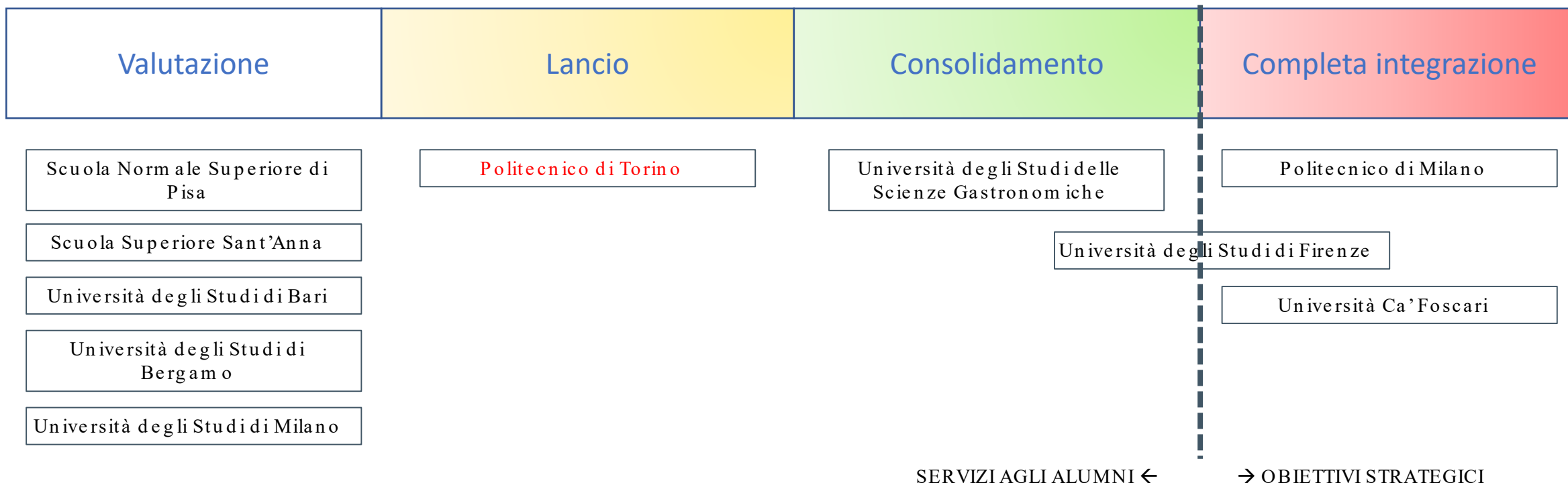


Analisi dello stato di fatto delle reti Alumni in Italia

Survey

Tra le prime 3 fasi e la 4[°] fase c'è un salto concettuale: le prime 3 operano con un focus sui **servizi** offerti agli Alumni. La 4[°] è quella in cui il progetto Alumni si pone **obiettivi strategici** per l'ateneo.

Il Tavolo concorda nel concludere che, per andare nella direzione di uno sviluppo dei progetti Alumni, è necessario condividere le attività con la governance di ateneo e entrare nel piano strategico di ateneo.



FASE 2



- ✓ Definire le potenziali aree di sviluppo strategico degli atenei in cui la rete Alumni può avere un ruolo chiave

Potenziali aree di sviluppo strategico

Nell'ambito della Terza Missione, una solida e coinvolta rete Alumni è uno strumento strategico per gli atenei.

In particolare abbiamo definito queste aree di intervento:

Impatto & relazione con territorio

Gli Alumni mediano e garantiscono una costante relazione con il mondo industriale e facilitano la creazione di partnership con le imprese e le istituzioni in ambito di ricerca applicata e trasferimento tecnologico.

Reputation di ateneo

Ha un ruolo rilevante nella crescita del **posizionamento internazionale** dell'ateneo e di conseguenza sull'attraction dei talenti (studenti, ricercatori e docenti). Può crescere grazie al coinvolgimento delle reti Alumni nella partecipazione a eventi pubblici, network e ranking universitari.

Public engagement

La rete Alumni favorisce la condivisione di risorse e risultati della formazione e della ricerca accademica con tutto il contesto sociale, agevolandone l'impatto sociale

Potenziabili aree di sviluppo strategico

Expertise/formazione

Gli Alumni rappresentano un osservatorio dell'ateneo sul mondo del lavoro e supportano sia le **attività di placement** (professionale o accademico) sia quelle di innovazione della **didattica** .

Fundraising

Una rete Alumni ben sviluppata rappresenta la principale fonte di raccolta fondi per sostenere il diritto allo studio, la riqualificazione degli spazi universitari, progetti di ricerca ecc.

FASE 3: attività 2022



1° semestre: mettere a fuoco le esigenze che gli atenei hanno relativamente al ruolo delle reti Alumni, calate nelle proprie realtà specifiche, e trasformarle in una strategia di sviluppo.

2° semestre: elaborare una proposta da condividere con gli atenei per definire le attività legate al mondo Alumni che possono concretizzarsi rispetto a esigenze strategiche degli atenei

TAVOLO PLACEMENT: ATTIVITÀ 2022

La connessione con le imprese è un fattore critico di successo nelle attività di placement e nel raggiungimento di obiettivi di Terza Missione



Focus group sul ruolo delle aziende
nelle università.

Mappa dello stato di fatto relativo
alle modalità di connessione degli
atenei con il mondo delle imprese.

Strategie di sviluppo.



C O D A U

Convegno dei Direttori generali
delle Amministrazioni Universitarie