



## **LINEE STRATEGICHE PER L'OFFERTA FORMATIVA**

*approvate da*

*Senato Accademico e Consiglio di Amministrazione del 20 settembre 2023*

### **Premessa**

L'Università di Sassari si vuole caratterizzare come un Ateneo generalista a vocazione internazionale, focalizzato sulle aree più forti per la qualità della ricerca, per l'attrattività e la sostenibilità dell'offerta formativa.

L'Ateneo è impegnato nel promuovere una didattica attenta alle esigenze degli studenti ed alle richieste della società e dei differenti portatori d'interesse, con puntuale riferimento al contesto regionale, valorizzando al massimo le proprie competenze scientifiche e culturali in sintonia con i cambiamenti sociali ed economici della collettività, con particolare attenzione alla qualità dell'ambiente, alla salute e alla tutela del territorio e dei beni culturali, insieme al supporto delle fasce più deboli, della difesa dei diritti umani e delle produzioni sostenibili. Pone, quindi, al centro della sua azione la complessa questione dell'occupabilità, le problematiche della disabilità, i temi dello sviluppo sostenibile e il superamento dei divari e delle disuguaglianze.

### **Criteri di riferimento**

In particolare, l'Università di Sassari prospetta alcuni criteri di riferimento e alcune linee di indirizzo per la Programmazione didattica, che deve rispondere ai seguenti requisiti:

1. sostenibilità nel tempo dell'offerta formativa;
2. focalizzazione dell'offerta sui corsi di studio maggiormente attrattivi, definiti sulla base del numero e della dinamica delle immatricolazioni e dei dati Alma Laurea, nonché dall'interazione con le imprese, con le scuole e più in generale con le parti sociali;
3. ottimizzazione dell'impiego dei docenti all'interno dei vari corsi di studio con incremento del numero di docenti di riferimento appartenenti alle discipline di base e/o caratterizzanti.

### **Linee di indirizzo**

Le linee d'indirizzo per la programmazione didattica sono le seguenti:

1. Analisi delle esigenze degli studenti e del mercato del lavoro: Condurre indagini periodiche per comprendere le esigenze e le aspettative degli studenti, così come le tendenze del mercato del lavoro. Questo aiuta a identificare i corsi più richiesti e a garantire che i programmi accademici siano allineati alle competenze richieste dal mondo del lavoro.
2. Aggiornamento dei corsi e adattabilità dei programmi: Mantenere i programmi accademici



aggiornati e flessibili per rispondere alle esigenze in evoluzione del mercato del lavoro. Introdurre corsi interdisciplinari e moduli opzionali che consentano agli studenti di personalizzare il proprio percorso formativo in base ai propri interessi e obiettivi.

3. Inclusionione di competenze trasversali: Introdurre corsi che sviluppino competenze trasversali come problem-solving, pensiero critico, comunicazione efficace, collaborazione e abilità di leadership. Queste competenze sono essenziali per preparare gli studenti ad affrontare sfide complesse nel mondo reale.
4. Tecnologie innovative e didattica: Integrare tecnologie all'avanguardia nella didattica, come la realtà virtuale, l'apprendimento basato su giochi, le simulazioni e l'intelligenza artificiale. Questo aiuterà a rendere l'esperienza di apprendimento più coinvolgente ed efficace.
5. Internazionalizzazione: Promuovere la mobilità internazionale degli studenti, incoraggiando gli scambi accademici con altre università e favorendo la collaborazione con istituti di ricerca e aziende straniere. Questa apertura internazionale arricchirà la prospettiva degli studenti e li preparerà a un mondo globalizzato.
6. Incentivare la ricerca e l'innovazione: Investire nella ricerca e nell'innovazione accademica, incoraggiando la partecipazione di docenti e studenti in progetti di ricerca significativi. Questo contribuirà a migliorare la reputazione dell'università e a offrire un ambiente stimolante per l'apprendimento.
7. Orientamento alla carriera e supporto all'occupabilità: Implementare programmi di orientamento alla carriera e fornire supporto per lo sviluppo delle competenze occupazionali degli studenti, inclusi tirocini, opportunità di lavoro part-time e servizi di consulenza per il percorso professionale.
8. Promozione della diversità e dell'inclusione: Creare un ambiente accademico inclusivo e rispettoso delle diverse prospettive culturali, etniche e sociali. Favorire l'equità nell'accesso all'istruzione e l'eliminazione delle barriere che possano ostacolare il successo degli studenti.
9. Monitoraggio e valutazione: Implementare un sistema di monitoraggio e valutazione per misurare l'efficacia delle strategie adottate nell'offerta formativa. Utilizzare i risultati per apportare miglioramenti continui e garantire l'adeguatezza degli obiettivi stabiliti.
10. Collaborazione con il settore privato: Stabilire partenariati con il settore privato per garantire una stretta connessione tra il mondo accademico e il mercato del lavoro. Questa collaborazione può facilitare opportunità di stage, progetti di ricerca congiunti e possibilità di assunzione post-laurea.

**Analisi SWOT**

<b>STRENGTHS</b>	<b>WEAKNESS</b>
- Elevato livello di soddisfazione degli studenti	- Corsi triennali "orfani" di una laurea magistrale
- Apprezzamento per il lavoro fatto dagli docenti	- Inadeguatezza di alcune infrastrutture
- Ampiezza dei corsi sia in termini di varietà che di ambiti	
- Disponibilità di borse di studio	
- Offerta di opportunità di studio all'estero	
<b>OPPORTUNITIES</b>	<b>THREATS</b>
- Rafforzamento delle partnership con il territorio	- Calo demografico
- Integrazione tra istituzione accademica e realtà locali	- Invecchiamento della popolazione
- Digitalizzazione e innovazione tecnologica	- Dispersione scolastica
- Potenziamento dell'offerta formativa per il reclutamento e la fidelizzazione di studenti sia del territorio che provenienti da aree nazionali e internazionali	

**Definizione dell'assetto strategico**

Posizionamento competitivo:

Criticità da risolvere:

- Offerta inadeguata e incompleta
- Dotazione strutturale e di organico da rimodulare e adeguare

Vantaggi da accentuare:

- borse e tasse
- soddisfazione
- internazionalizzazione

Adeguamento alle dinamiche di contesto

Minacce da affrontare:

- demografica > attrattività



- dispersione > orientamento

Opportunità da valorizzare:

- digitalizzazione > ampliamento offerta formativa, infrastrutturazione, formazione e nuove metodologie
- territorio > partnership e terza missione

### **Obiettivi**

Obiettivo fondamentale:

adeguare (matching) l'offerta formativa alle esigenze della società, del mercato del lavoro e della cultura, non solo in ambito locale, ma anche guardando a bacini di utenza più ampi per provenienza e classi d'età

Obiettivi specifici:

1. Migliorare l'attrattività dell'offerta formativa
2. Completare, integrare e qualificare i percorsi formativi nel processo di rigenerazione
3. Potenziare l'orientamento in entrata, in itinere e in uscita
4. Programmazione dei reclutamenti e qualificazione del personale
5. Potenziare e adeguare la dotazione infrastrutturale e di attrezzature
6. Intensificare a tutti i livelli le relazioni di partnership accademiche e con portatori di interesse
7. Assicurare adeguati servizi di assistenza e di terza missione, con particolare riferimento alla Sanità e al trasferimento tecnologico

### **Work Packages**

- WP1: Servizi
- WP2: Formazione
- WP3: Orientamento
- WP4: Comunicazione
- WP5: Internazionalizzazione
- WP6: Governance

Dettaglio:

#### **WP 1: Servizi**

*Obiettivi di riferimento:*

1. Migliorare l'attrattività dell'offerta formativa
7. Assicurare adeguati servizi di assistenza e di terza missione, con particolare riferimento alla Sanità e al trasferimento tecnologico



*Linee strategiche:*

1. Calibrazione dell'organico tecnico-amministrativo e bibliotecario
  - a. Valutazione delle performance
  - b. Ridefinizione degli schemi di incentivazione
  - c. Programmazione dei reclutamenti e delle posizioni organizzative
2. Potenziamento dei servizi allo studente:
  - a. Assistenza sanitaria, psicologica, amministrativa e logistica
  - b. Tutoraggio
  - c. Convenzioni con imprese locali
  - d. Marketing di immagine
  - e. Associazionismo studentesco
3. Calmierazione affitti
  - a. Rapporti con ERSU
  - b. Assistenza e monitoraggio locazioni (partnership agenzie immobiliari)
4. Strategie comuni con vettori per mobilità
  - a. Convenzioni tariffarie
  - b. Campagne di comunicazione
5. Partecipazione attiva alla vita culturale e alla socialità locale
  - a. Promozione eventi in proprio e insieme agli enti locali
  - b. Apertura degli spazi alle città ospitanti
  - c. Promozione di percorsi di recupero sociale e psicologico
  - d. Partecipazione attiva agli eventi cittadini (Cavalcata, Candelieri, redentore, festival ecc)
6. Ampliamento platea beneficiari borse di studio
  - a. Revisione dei criteri di assegnazione
  - b. Scalarità regressiva delle assegnazioni
7. Tassazione studentesca
  - a. Revisione dell'algoritmo
  - b. Redistribuzione tra parte fissa e parte variabile
8. Potenziamento servizi assistenza sanitaria e di terza missione
  - a. Ridefinizione dell'accordo quadro con le strutture sanitarie
  - b. Garanzia di strutture e personale per tirocini, stage e specializzazioni
  - c. Potenziamento trasferimento tecnologico
    - 1) Potenziamento struttura



- 2) Efficientamento azioni e scelte strategiche
- 3) Rendicontazione e valutazione annuale dell'attività
- d. Monitoraggio e valutazione terza missione

## **WP 2: Formazione**

*Obiettivi di riferimento:*

2. Completare e integrare i percorsi formativi
4. Programmazione dei reclutamenti e qualificazione del personale

*Linee strategiche:*

1. Attivazione ciclo formazione
  - a. Monitoraggio conoscenze, competenze e capacità disponibili in ateneo
  - b. Ridefinizione dei criteri per affidamento incarichi, posizioni e responsabilità
2. Formazione del personale
  - a. Programmazione periodica di corsi formazione e aggiornamento per personale tecnico amministrativo di supporto alla didattica
  - b. Programmazione periodica di corsi formazione e aggiornamento per personale docente
  - c. Scatti e adeguamenti salariali condizionati all'aggiornamento periodico
  - d. Formazione specifica per personale in ingresso
3. Convenzione con ditte esterne o realizzazione spin off dedicato da impiegare sul mercato

## **WP 3: Orientamento**

*Obiettivi di riferimento:*

1. Migliorare l'attrattività dell'offerta formativa
3. Potenziare l'orientamento in entrata, in itinere e in uscita

*Linee strategiche:*

1. In entrata
  - a. Attività antidispersione scolastica
  - b. Formazione competenze, capacità e conoscenze di base in ingresso
  - c. Condivisione di programmi informativi per una scelta consapevole
2. In itinere
  - a. Programmi formazione tutor



- b. Eventi informativi dedicati
- c. Produzione vademecum e faq nel sito web
- d. Coordinamento con associazioni studentesche
- 3. In uscita
  - a. Potenziamento servizi di placement
  - b. Offerta di servizi di consulenza e formazione tramite spinoff
  - c. Partenariato con organizzazioni professionali e osservatori per monitoraggio mercato del lavoro

#### **WP 4: Comunicazione**

*Obiettivi di riferimento:*

- 1. Migliorare l'attrattività dell'offerta formativa
- 3. Potenziare l'orientamento in entrata, in itinere e in uscita

*Linee strategiche:*

- 1. Comunicazione interna
  - a. Potenziamento sistema telematico interno
  - b. Redazione, implementazione e AQ di protocolli di comunicazione tra uffici, dipartimenti, amministrazioni
  - c. Semplificazione degli accessi agli atti e condivisione delle banche dati amministrative
  - d. Condivisione di valori, obiettivi e progetti tra uffici, categorie di personale e dipartimenti
  - e. Organizzazione di eventi dedicati all'accentuazione del senso di appartenenza
- 2. Comunicazione esterna
  - a. Sito web
    - 1) Miglioramento navigabilità
    - 2) Sito gemello in lingua straniera
    - 3) Redazione newsletter settimanale di informazione
  - b. Social media
    - 1) Acquisizione di professionalità dedicate
    - 2) Differenziazione dei contenuti e dei linguaggi rispetto ai target
    - 3) Verifica mensile di contatti, esposizione, reputazione, immagine
  - c. Rapporti con la stampa
    - 1) Intensificazione dei comunicati e delle conferenze



- 2) Partecipazione attiva ai dibattiti culturali, politici e sociali
- 3) Partnership strutturate con editori e redazioni
- d. Revisione delle politiche
  - 1) Riformulazione immagine ateneo
  - 2) Produzione gadget e apertura store merchandising
  - 3) Campagne periodiche di comunicazione a livello locale, nazionale e internazionale
  - 4) Studenti e docenti ambassador
  - 5) Circoli Alumni

### **WP 5: Internazionalizzazione**

#### *Obiettivi di riferimento:*

1. Migliorare l'attrattività dell'offerta formativa
2. Completare e integrare i percorsi formativi
3. Potenziare l'orientamento in entrata, in itinere e in uscita
4. Programmazione dei reclutamenti e qualificazione del personale
6. Intensificare a tutti i livelli le relazioni di partnership accademiche e con portatori di interesse

#### *Linee strategiche:*

1. Ampliamento partnership estere
  - a. Attivazione di cicli di valutazione delle partnership
  - b. Definizione di criteri di selezione e di indicatori di efficienza ed efficacia
  - c. Valutazione servizi e offerta per incoming
2. Ampliamento offerta formativa in lingua
  - a. Monitoraggio domanda potenziale
  - b. Monitoraggio offerta competenze
  - c. Programmazione reclutamenti dedicati
3. Potenziamento servizi di supporto
  - a. Creazione di sportello dedicato
  - b. Cooperazione con autorità ed enti per disbrigo pratiche di ingresso e uscita
  - c. Assistenza sanitaria e sociale
4. Progettazione congiunta di percorsi formativi internazionali



- a. Implementazione di programmi esistenti e adesione a nuovi programmi di cooperazione
- b. Potenziamento delle risorse disponibili per le attività di consultazione e mediazione con potenziali partner
- c. Valutazione periodica delle partnership

## **WP 6: Governance**

### *Obiettivi di riferimento:*

1. Migliorare l'attrattività dell'offerta formativa
2. Completare e integrare i percorsi formativi
3. Potenziare l'orientamento in entrata, in itinere e in uscita
4. Programmazione dei reclutamenti e qualificazione del personale
5. Potenziare e adeguare la dotazione infrastrutturale e di attrezzature
6. Intensificare a tutti i livelli le relazioni di partnership accademiche e con portatori di interesse
7. Assicurare adeguati servizi di assistenza e di terza missione, con particolare riferimento alla Sanità e al trasferimento tecnologico

### *Linee strategiche:*

1. Matching dell'offerta formativa
  - a. Valutazione annuale delle ricadute occupazionali
  - b. Valutazione annuale della soddisfazione dei portatori di interesse
  - c. Valutazione annuale del numero di iscrizioni
  - d. Valutazione annuale e periodica della sostenibilità
2. Monitoraggio competenze emergenti:
  - a. Osservatorio in partnership
  - b. Valutazione feedback tirocini e stage
  - c. Coordinamento dei comitati di indirizzo e reportistica annuale
3. Partenariato
  - a. Ampliamento e strutturazione convenzioni e accordi quadro
  - b. Partecipazione alla redazione e alla realizzazione dei Piani di sviluppo locale
  - c. Intensificazione delle opportunità di tirocinio e stage
  - d. Progettazione comune di percorsi formativi flessibili (microcredenziali e Master)



- e. Integrazione assistenza-didattica
- 4. Implementazione SAQ
  - a. Potenziamento uffici e personale preposto
  - b. Decisioni governance funzionali e coerenti con il sistema di valutazione
  - c. Challenge tra strutture e unità di personale sulla base delle performances conseguite
- 5. Rigenerazione dell'offerta formativa
  - a. Bottom up
    - 1) Promozione iniziative dipartimentali e interdipartimentali
    - 2) Riferimento a programmazione strategica di ateneo e dipartimentale
    - 3) Valutazione sostenibilità e proposta chiusura CdS
  - b. Top down
    - 1) Condivisione iniziative di governance attraverso delegati
    - 2) Valutazione sostenibilità CdS
    - 3) Coerenza con programmazione strategica
    - 4) Programmazione dei reclutamenti