**SCHEDA DI RILEVAZIONE DELLE INIZIATIVE DI TERZA MISSIONE E PUBBLIC ENGAGEMENT DEL DIPARTIMENTO DI DISCIPLINE UMANISTICHE, SOCIALI E DELLE IMPRESE CULTURALI**

Rilevazione ex-post

**Nome del referente dell’iniziativa**:

(NB: *Per iniziativa di Terza Missione di Dipartimento si intende una iniziativa che vede il diretto coinvolgimento del Dipartimento DUSIC, di una Unità di Ricerca del Dipartimento, di un Corso di Studi incardinato nel Dipartimento o di afferenti al Dipartimento DUSIC impegnati in Centri di Ricerca di Ateneo che svolgono anche attività di Terza Missione; il diretto coinvolgimento deve essere testimoniato dalla dicitura del Dipartimento, dell’Unità di Ricerca, del Corso di Studi o del Centro di Ricerca di Ateneo all’interno della locandina o di altro materiale informativo*)

**Titolo dell’iniziativa**:

**Settori scientifico-disciplinari coinvolti**:

**Unità di ricerca di Dipartimento coinvolte**:

**Date di svolgimento dell’iniziativa**:

**Sede dell’iniziativa**:

**Tipologia dell’attività** (corso di formazione, ad. es. per docenti, alternanza scuola-lavoro, produzione e gestione di beni culturali, ad es. mostre, seminari e lezioni di alta divulgazione, attività conto terzi, notte dei ricercatori…):

**Strutture dell’Università di Parma coinvolte**:

**Eventuali altri Atenei coinvolti**:

**Eventuali altri partner coinvolti** (con particolare attenzione ai soggetti del territorio):

**Eventuali Cluster regionali o nazionali coinvolti**:

**Eventuali convenzioni**:

**Budget complessivo utilizzato**:

Di cui finanziamento interno all’Ateneo:

Di cui finanziamento esterno all’Ateneo:

**Eventuali finanziamenti ottenuti da attività in conto terzi**:

**Breve descrizione dell’iniziativa:**

(Max 500 battute; inserire gli obiettivi dell’iniziativa in riferimento agli obiettivi di Terza Missione del Dipartimento DUSIC ed eventualmente di Ateneo):

**Impatto effettivo:**

(se possibile: numero, anche solo indicativo, dei partecipanti; numero di articoli su web e stampa, numero servizi radiotelevisivi, metriche impatto sui social network…)