

INDICE

	<i>pag.</i>
Prefazione	XI
Introduzione alla ricerca sul <i>Public Engagement</i>	1

CAPITOLO I

TERZA MISSIONE E *PUBLIC ENGAGEMENT* NELLE ISTITUZIONI UNIVERSITARIE. SIGNIFICATO, DIMENSIONI, IMPATTO

1.1. La Terza Missione delle istituzioni universitarie. Origine e significato	9
1.2. Il <i>Public Engagement</i> universitario. Un pilastro per la Terza Missione	16
1.3. Il <i>Public Engagement</i> . Definizioni e prospettive negli studi di <i>Management</i>	21
1.4. L'analisi del <i>Public Engagement</i> attraverso l'analisi della letteratura internazionale	25
1.5. L'analisi del <i>framework</i> teorico per lo studio del <i>Public Engagement</i> universitario	27
1.6. I pilastri concettuali per la definizione del <i>Public Engagement</i> universitario	35
1.7. Considerazioni di sintesi	36
<i>Riferimenti bibliografici</i>	37

CAPITOLO II

***PUBLIC ENGAGEMENT* E COMUNICAZIONE UNIVERSITARIA. NUOVE SFIDE E OPPORTUNITÀ DI CAMBIAMENTO**

2.1. La comunicazione pubblica tra vecchi modelli, evoluzione normativa e nuove sfide	43
2.2. Il <i>Public Engagement</i> e le nuove logiche di pianificazione della comunicazione universitaria	47
2.3. Comunicazione digitale e siti web come strumento di condivisione	49
<i>Riferimenti bibliografici</i>	52

CAPITOLO III

UNA PROPOSTA METODOLOGICA PER MISURARE IL *PUBLIC ENGAGEMENT* NELLE ISTITUZIONI UNIVERSITARIE

3.1. Misurare il <i>Public Engagement</i> : panoramica e prospettive	55
3.1.1. Aspetti legati alla valutazione dell'efficacia	59
3.2. Come le istituzioni universitarie hanno affrontato il tema della misurazione del <i>Public Engagement</i>	61
3.2.1. La valutazione del <i>community engagement</i> negli Stati Uniti: Campus Compact e Carnegie Foundation	62
3.2.2. La valutazione da parte della <i>National Coordination Center for Public Engagement</i>	65
3.2.3. La valutazione del <i>Public Engagement</i> da parte dell'ANVUR	66
3.3. Analizzare il <i>Public Engagement</i> attraverso la comunicazione sui siti web	68
3.3.1. Indice di <i>engagement</i> nella valutazione dell'insegnamento universitario: <i>European Teaching Ranking</i>	69
3.4. Una proposta metodologica per analizzare il <i>Public Engagement online</i> attraverso i siti web universitari	70
<i>Riferimenti bibliografici</i>	76

CAPITOLO IV

UNA INDAGINE ESPLORATIVA SUL *PUBLIC ENGAGEMENT* UNIVERSITARIO

4.1. Introduzione all'analisi dei casi studio	79
4.2. Il <i>Public Engagement</i> nelle Università americane e inglesi	80
4.2.1. Il campione	80
4.2.2. <i>Homepage</i>	81
4.2.3. Dentro i siti web	83
4.2.4. <i>Public Engagement</i> nelle Università pubbliche e private	87
4.3. Approcci al <i>Public Engagement online</i> nelle Università americane e inglesi	91
4.3.1. Analisi di affidabilità, analisi fattoriale esplorativa e <i>independent sample t-test</i>	91
4.3.2. Analisi dei risultati	92
4.3.3. Approcci manageriali al <i>Public Engagement</i> universitario e strategie nell'era digitale	96
4.4. Il <i>Public Engagement</i> nelle Università italiane	98
4.4.1. Il campione	98
4.4.2. <i>Homepage</i>	99
4.4.3. Dentro i siti web	101
4.5. Il <i>Public Engagement</i> nelle Università italiane: il <i>cultural engagement</i>	104

	<i>pag.</i>
4.5.1. Analisi di affidabilità, analisi fattoriale esplorativa	104
4.5.2. Analisi dei risultati	107
<i>Riferimenti bibliografici</i>	111

CAPITOLO V

LE BEST PRACTICES DEL PUBLIC ENGAGEMENT UNIVERSITARIO

5.1. Introduzione alle <i>best practices</i> nel <i>Public Engagement</i>	115
5.2. Metodo: l'indice di <i>Public Engagement</i>	116
5.2.1. Il campione	116
5.2.2. Calcolare l'Indice di <i>Public Engagement</i> (IPE)	117
5.3. I risultati: le <i>best practices</i> del <i>Public Engagement</i> universitario	122
5.3.1. Le dimensioni del <i>Public Engagement</i> nelle Università americane	122
5.3.2. Le dimensioni del <i>Public Engagement</i> nelle Università italiane	123
5.3.3. Le <i>best practices</i> per l'approccio manageriale <i>social engagement</i>	127
5.3.4. Le <i>best practices</i> per l'approccio manageriale <i>research engagement</i>	131
5.3.5. Le <i>best practices</i> per l'approccio manageriale <i>widening engagement</i>	134
5.3.6. Le <i>best practices</i> per l'approccio manageriale <i>cultural engagement</i>	139
5.4. Interpretazione del <i>Public Engagement</i> in una prospettiva manageriale attraverso un modello concettuale	144
5.4.1. <i>Public Engagement</i> universitario ed orientamento relazionale: verso il <i>Public Engagement Management</i>	148
5.4.2. Implicazioni manageriali per le Università <i>campus-oriented</i>	151
<i>Riferimenti bibliografici</i>	153
Conclusioni	155
APPENDICE A	
Griglia di valutazione per esplorare il <i>Public Engagement</i> attraverso l'analisi dei portali delle Università inglesi e americane	159
APPENDICE B	
Griglia di valutazione per esplorare il <i>Public Engagement</i> attraverso l'analisi dei portali delle Università italiane	169
Bibliografia	179