

IUL - Università Telematica degli Studi

**DIPARTIMENTO SCIENZE UMANE
VALUTAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI RICERCA
Anno 2019**

1. Valutazione rispetto alle linee d'indirizzo del Piano Strategico Triennale 2019-2021

L'attività di ricerca svolta dal Dipartimento di Scienze Umane dell'Università Telematica degli Studi IUL si colloca nel quadro delle attività previste nel Piano Strategico Triennale 2019-2021, in continuità con quanto già realizzato nel triennio precedente.

La presente relazione di valutazione tiene conto delle informazioni raccolte nella valutazione ex-ante, di quelle raccolte nel monitoraggio in itinere e di informazioni raccolte a ricerca terminata tramite le relazioni di autovalutazione prodotte dai gruppi di ricerca. Le ricerche concluse nell'anno 2019 (di cui si allegano le relazioni di autovalutazione) sono:

1. **IWDPD - Innovation in Window and Door Profile Designs** (d'ora in avanti "ricerca 1");
2. **Approccio outside-in e customer experience per un nuovo modello di Agenzia di comunicazione** (d'ora in avanti "ricerca 2");
3. **Trasparenza nel mercato Internet Media attraverso la tecnologia Blockchain**(d'ora in avanti "ricerca 3").
4. **Guinevere (d'ora in avanti "ricerca 4")**

Lo sviluppo delle attività di ricerca e la promozione dell'eccellenza della produzione scientifica ha seguito tre linee di indirizzo principali:

- Diversificazione delle partnership di ricerca

Il Dipartimento di Scienze Umane promuove la collaborazione e il confronto non solo con altre università ma anche con altri soggetti pubblici e privati, sia in ambito nazionale che europeo e internazionale. In linea con gli indirizzi d'Ateneo, infatti, identifica la propria *mission* anche nella partecipazione alla Terza missione, che rappresenta la possibilità di contribuire all'innovazione sociale, economica, tecnologica e culturale del Paese. Solo così è possibile contribuire all'evoluzione delle metodologie della ricerca e alla valutazione di efficacia e di impatto degli output e degli outcome nei processi. In tutte le ricerche realizzate, inoltre, si è valutata la possibilità di creare dispositivi di formazione, affinché alla ricerca-azione possa essere associata la possibilità di organizzare nuovi percorsi formativi.

Tale linea d'indirizzo è stata pienamente realizzata, l'attività di ricerca infatti ha visto il coinvolgimento di numerosi partner. I partner della ricerca 1 sono stati: Neisos (partner committente); Serramenti Falchetti Srl; Istituto comprensivo Il Principe, S. Casciano val di Pesa. I partner delle ricerche 2 e 3 sono stati: Neisos (partner committente); Arkage. Infine, i partner della ricerca 4 sono stati: Università UCLAN, UK (Capofila); Università di Istanbul; Let's Talk online, Belgio; 3DLES, Paesi Bassi, partner.

- Ampliamento delle aree tematiche della ricerca

L'orizzonte strategico della IUL è ancorato a una visione ampia del mondo della scuola e della formazione, con una forte attenzione allo sviluppo delle figure professionali che già vi operano e alla crescita di nuove professionalità. Lo sfondo integratore è dato dal miglioramento continuo e dall'innovazione dei sistemi educativi, dallo sviluppo del capitale umano e dalla promozione del

benessere e dell'inclusione. Le ricerche della IUL condotte nel 2019 hanno seguito questa linea d'indirizzo privilegiando i temi dello sviluppo della persona in una varietà di contesti.

In particolare, la ricerca 1 indaga scientificamente il fenomeno dell'innovazione considerandone le due dimensioni principali, quella tecnologica e quella dei significati, cioè il senso che il prodotto assume relativamente alla sfera psicologica di ogni consumatore; la ricerca 2 svolge un'indagine sui processi virtuosi da sviluppare in Azienda che permettano di creare una modalità operativa in grado di coniugare approccio outside-in, esperienza della singola persona e dati statistici; la ricerca 3 esplora lo stato dell'arte e i processi politici nazionali che riguardano la Media Transparency e la tecnologia Blockchain, analizzando poi le dinamiche di organizzazione interna dell'Azienda in merito a questi temi; la ricerca 4, infine, si occupa della gamification e del game-based learning in mondi immersivi sulla didattica delle lingue .

- Adozione di una molteplicità di approcci, di metodi e di strumenti

Le ricerche intraprese si caratterizzano per la molteplicità degli approcci adottati, frutto anche della diversificazione delle partnership di cui al punto 1. La metodologia viene scelta in ragione dei risultati attesi, che a loro volta sono molto diversi in funzione degli obiettivi dei progetti.

Le ricerche realizzate rientrano nell'ambito della ricerca sociale e utilizzano strumenti tipici di questo approccio alla ricerca. In particolare, la ricerca 1 ha adottato una metodologia qualitativa costituita da osservazioni in classe, interviste semi strutturate con i docenti, lettura e analisi dei disegni; la ricerca 2 e 3 hanno utilizzato, dopo la ricerca di base, un questionario online strutturato con domande chiuse; la ricerca 4 infine ha integrato desk research, field test, ricerca-formazione e ricerca-azione.

2. Valutazione rispetto agli indicatori definiti nel protocollo IUL

La valutazione dell'attività di ricerca riguarda sia le modalità di realizzazione del processo di ricerca che i risultati prodotti dalla ricerca stessa. Oltre agli indicatori utilizzati per valutare la qualità dell'attività di ricerca, quando possibile, i diversi attori coinvolti nella ricerca hanno partecipato al processo di valutazione, attraverso l'utilizzo di due specifici strumenti:

- un'intervista per testimoni privilegiati;
- un questionario somministrato a chi ha partecipato alla ricerca o ad eventuali stakeholders.

2.1 Aspetti legati a indicatori di prodotto (output)

Sono indicatori finalizzati ad indagare cosa è stato prodotto direttamente dal progetto di ricerca, cioè ai prodotti concreti di quello che l'attività di ricerca ha messo in campo.

Raggiungimento degli obiettivi e delle finalità della ricerca.

Gli obiettivi e le finalità dell'attività complessiva di ricerca sono stati pienamente raggiunti.

In particolare, la ricerca 1 ha (a) investigato scientificamente il fenomeno dell'innovazione in tutta la sua dimensione olistica e (b) realizzato percorsi educativi per bambini di scuola primaria da svolgere attraverso laboratori didattici volti allo sviluppo di competenze trasversali quali la creatività e il lavoro collaborativo. La ricerca 2 ha (a) creato questionari da distribuire

internamente a Arkage per conoscere il livello di sensibilità all'argomento di ricerca e individuare le attività che management e dipendenti praticano per colmare la distanza concept/personas, e per conoscere gli strumenti utilizzati per l'analisi del comportamento delle diverse personas; (b) progettato uno strumento/dashboard che possa integrarsi nelle procedure quotidiane di lavoro dei creativi e che metta insieme i dati raccolti. La ricerca 3 ha (a) realizzato questionari da distribuire internamente a Arkage per conoscere le modalità di condivisione dei dati risultanti dalla campagne pubblicitarie e (b) ha dato vita all'architettura dell'informazione e alla struttura di una dashboard destinata ai clienti Arkage, finalizzata ad una migliore comprensione dei numeri, dei risultati e delle dinamiche dell'Advertising Digitale. La ricerca 4 ha realizzazione di Intellectual Outputs predefiniti nel documento di progetto Erasmus Plus approvato e finanziato dalla Commissione Europea.

Produzione scientifica

La produzione scientifica realizzata a partire dai due progetti di ricerca risulta, nel complesso, risulta ampia, qualificata e variegata rispetto alle tipologie di pubblicazione. La ricerca 1 è stata presentata ad un convegno e pubblicata nei suoi atti. Pierro, A & Mori, S. "Immaginare e disegnare le aperture: il disegno creativo per esplorare lo spazio intorno e dentro sé". Pubblicato in "Miotti, B. Guasti, L., Scaradozzi, D., Di Stasio, M., Screpanti (2021). (a cura di). Movimento Maker, robotica educativa e ambienti di apprendimento innovativi a scuola e in DAD. Carocci. Le ricerche 1; 2; 3 non hanno prodotto output a livello di pubblicazioni scientifiche. Occorre sottolineare che si tratta di progetti di ricerca di Terza Missione, la cui priorità consiste nella valorizzazione economica della conoscenza e nella promozione del patrimonio culturale presso la società e i territori. La ricerca 4 ha prodotto un articolo scientifico (Cinganotto L. (2019). Gamification and virtual worlds for language learning, Form@re); un capitolo in volume (Thomas M., Cinganotto L. (2021) Comparing Two Teacher Training Courses for 3D Game-Based Learning: Feedback From Trainee Teachers, IGI GLOBAL); due presentazioni a convegni (Thomas M., Cinganotto L., Philp H. (2019) Digital Game-Based Language Learning in 3D Immersive Environments: The GUINEVERE Project, Innovation in Language Learning, Pixel, 2019; DIDACTA 2021 – 19 marzo 2021).

Condivisione e diffusione del materiale prodotto

La diffusione dei risultati di ricerca è stata realizzata, per tutte le ricerche, attraverso la realizzazione di 2 report di ricerca consegnati ai partner.

2.2 Aspetti legati a indicatori di risultato (outcome)

Sono finalizzati a indagare gli effetti immediati sui beneficiari e coloro che sono stati coinvolti nel progetto.

Soggetti coinvolti

L'attività di ricerca nel suo complesso ha individuato obiettivi ben relazionati ai vari partner di progetto coinvolti. Per le ricerche 1; 2; 3, tutti gli obiettivi raggiunti (vedi sez. 2.1) hanno coinvolto i partner di ricerca. Per la ricerca 4, in particolare, l'obiettivo di realizzare i due Output

coordinati da IUL (progettazione e erogazione di MOOC online gratuiti sulla piattaforma della IUL) è da porsi in relazione con gli insegnanti (soggetti coinvolti).

Livello di innovazione

L'attività di ricerca presenta un buon livello di innovazione sia per quanto riguarda i contenuti che per quanto riguarda gli aspetti metodologici.

La ricerca 1 risulta innovativa in quanto ha dato la possibilità all'azienda, che produce serramenti e infissi, di poter entrare in contatto e collaborare per la prima volta con l'Università e una start-up. Innovazione interna anche in termini di nuova sensibilità acquisita grazie all'approccio umanistico della metodologia utilizzata. La responsabile dell'azienda partner, Alessandra Falchetti, sottolinea quanto sia stato importante, grazie a questa collaborazione, poter conoscere e utilizzare delle procedure documentate di un percorso che ha contribuito poi alla deposizione di un brevetto. Inoltre, rispetto agli elementi emersi come punti di forza innovativi dei risultati del progetto di ricerca condotto con IUL, sempre Falchetti, afferma: *“Il lavoro realizzato nella scuola è una dimostrazione di come i bambini ragionino fuori dagli schemi e quindi a volte possono ispirare soluzioni a cui non pensiamo, perché da adulti si ragiona solo seguendo degli schemi”*. Per le insegnanti della scuola luogo di sperimentazione, la ricerca ha contribuito ad attivare riflessioni su aspetti solitamente trascurati, si è potuto sperimentare un modo innovativo di lavoro, inoltre la partecipazione alla ricerca ha contribuito a creare una visione più consapevole sull'argomento. Rispetto agli elementi di criticità Neisos rileva una scarsa attenzione ai tempi di sincronizzazione delle attività tra azienda e Università, e poche occasioni di feedback durante lo svolgimento del progetto che ha reso il dialogo meno costante con i partner.

La ricerca 2 risulta innovativa sia a livello metodologico che di risultati. La metodologia utilizzata all'interno del progetto infatti è stata efficace nel mostrare una differente prospettiva rispetto ai temi indagati. Ha dato modo all'agenzia di acquisire competenze e conoscenze scientifiche che non le appartenevano sia nei risultati ottenuti, che nel processo che ha portato alla loro definizione. Inoltre, L'innovazione è stata utile per Arkage nel ridefinire i ruoli di tutti i soggetti coinvolti all'interno del processo di Customer Experience favorendo un maggior ascolto del cliente e della creatività interna all'agenzia. A livello dei risultati, la ricerca ha permesso all'agenzia di acquisire gli elementi di conoscenza per sviluppare un nuovo protocollo interno rispetto alle tematiche affrontate.

Per quanto riguarda la ricerca 3, secondo i partner la metodologia utilizzata per il progetto è stata funzionale a far emergere la visione scientifica dell'argomento oggetto della ricerca, molto efficace quindi nel mostrare una differente prospettiva rispetto ai temi indagati. Questa impostazione ha permesso ai partner di acquisire competenze e conoscenze inedite relativamente ai risultati proposti dalla ricerca e al processo che ha portato alla loro individuazione e definizione. Inoltre, la ricerca ha contribuito alla decisione da parte dell'agenzia di abbandonare tale linea di sviluppo dati i costi elevati di un ulteriore sviluppo su queste tematiche per la propria realtà.

La ricerca 4 presenta un livello di innovazione è dunque molto elevato dal punto di vista dei temi trattati (apprendimento delle lingue nei mondi virtuali, Open Sim, Minecraft, Second Life), ma anche dal punto di vista della disseminazione e diffusione sia a livello nazionale che internazionale.

Livello di soddisfazione

La ricerca 1 è stata pienamente soddisfacente per l'azienda partner Serramenti Falchetti, la sperimentazione a scuola ha rappresentato il salto di livello dell'intera ricerca per Neisos. Le insegnanti dichiarano che la partecipazione alla ricerca ha risposto al soddisfacimento delle aspettative iniziali. Tra gli elementi di insoddisfazione (da parte di Neisos) si rilevano i tempi di realizzazione dell'intervento di ricerca. Per la ricerca 2 i partner si sono dichiarati particolarmente soddisfatti dei risultati ottenuti. In particolare, "la ricerca ha permesso di acquisire le premesse teoriche a quello che l'agenzia realizza quotidianamente: è un buon modo per valutare gli elementi di valore e le criticità delle nostre attività quotidiane. La ricerca, inoltre, è ampia, completa e pone molti spunti interessanti in merito al tema stabilito"(Federico Giuntella). La criticità maggiore nel livello di soddisfazione, è legato alle tempistiche della consegna e alla comunicazione interna al progetto. Per la ricerca 3, I partner si sono dichiarati molto soddisfatti dei risultati ottenuti: la ricerca ha permesso di comprendere quanto la linea di sviluppo individuata non fosse sostenibile per l'agenzia a causa dei costi elevati delle tecnologie attualmente disponibili sul mercato. Le criticità maggiori relative alla ricerca si riscontrano nei tempi di consegna e nell'andamento della ricerca per quanto riguarda la relazione tra IUL e i partner. Per quanto riguarda la ricerca 4 il livello di soddisfazione è stato complessivamente molto buono, come testimoniano i docenti che hanno preso parte ai MOOC organizzati da IUL nell'ambito del progetto.

2.3 Aspetti relativi alla valutazione di impatto

Riguardano sia la ricaduta interna (per la IUL) che il progetto ha avuto, sia la ricaduta esterna (se erano previsti committenti esterni), sia la trasferibilità del progetto di ricerca.

Impatto percepito

La ricerca 1 ha avuto un impatto in termini di innovazione interna e di cambiamento dello status quo dell'azienda. Le insegnanti dichiarano che quanto appreso ha avuto un impatto sulle pratiche quotidiane e c'è stata la possibilità di confrontarsi sui risultati, si è creato un buon clima di condivisione delle pratiche oltre alla possibilità di confrontarsi sul processo in atto. Per Neisos l'impatto del progetto sarebbe stato maggiore se si fosse realizzato un evento finale non solo comunicativo, ma anche formativo per l'azienda. Le ricerche 2 e 3 hanno avuto un impatto interno rispetto a: aumento delle conoscenze rispetto alle tematiche della comunicazione e del marketing (per IUL); aumento delle conoscenze e ottimizzazione delle pratiche quotidiane di lavoro (Arkage). Sul versante esterno la ricerca ha modificato i rapporti con gli stakeholder e favorito l'acquisizione di conoscenze spendibili verso i propri committenti. La ricerca 4 ha fornito solo dati di autovalutazione su questo punto, indicando come "buono" l'impatto interno e "ottimo" l'impatto esterno.

Livello di trasferibilità metodologica (in merito agli strumenti utilizzati e alle procedure)

Per la ricerca 1 le insegnanti dichiarano di essere completamente d'accordo rispetto alla semplicità e chiarezza degli strumenti proposti per la ricerca, la replicabilità della ricerca e l'adeguatezza della metodologia ai fini del raggiungimento degli obiettivi di ricerca. Né in

accordo né in disaccordo invece per l'adeguatezza del tempo dedicato. Per le ricerche 2 e 3, rispetto alla fattibilità è emerso che la IUL deve ottimizzare la gestione dei progetti al suo interno, ma ha le competenze per poter portare avanti ricerche di natura comunicativa e marketing riscuotendo pareri positivi dai propri partner; rispetto alla trasferibilità le conoscenze emerse dalla ricerca possono essere spese da IUL in ulteriori progetti o condividendo le informazioni acquisite verso il mondo accademico. Per la ricerca 4, il gruppo di ricerca dichiara che fattibilità e trasferibilità del progetto risultano ottimali.

Livello di fattibilità economica / capacità di spesa

Niente da segnalare per le ricerche 1; 2; 3. Per la ricerca 4 si segnala che i fondi erogati dalla Commissione Europea (Tot. 35581.00 Euro per IUL) sono stati utilizzati per la contrattualizzazione dei membri del gruppo di progetto e per tutte le altre attività correlate agli aspetti tecnologici, infrastrutturali legati al progetto, nonché per le mobilità previste in fase di pianificazione.