

Il QS world university ranking piazza al vertice gli Usa, con Mit, Stanford e Harvard

L'università italiana arranca

Il Politecnico di Milano primo in Italia, 137° nel mondo

Pagina a cura
di **FILIPPO GROSSI**

Le università italiane guadagnano posizioni nel Qs World University Rankings, la classifica universitaria globale più consultata al mondo, ma si tengono ben lontane dai primi posti. Il famoso ranking, pubblicato i giorni scorsi da QS Quacquarelli Symonds, in questa edizione include 36 università italiane, due in più rispetto alla precedente. Il Politecnico di Milano (137°) guadagna 12 posizioni e si conferma per il sesto anno consecutivo la prima università italiana ottenendo il proprio risultato migliore e il secondo miglior risultato nazionale di tutte le edizioni. QS Quacquarelli Symonds classifica le migliori mille università al mondo sulla base di alcuni indicatori quali: reputazione accademica, reputazione del datore di lavoro, rapporto facoltà-studente, citazioni per facoltà, rapporto di facoltà internazionali e, infine, rapporto studentesco internazionale.

In particolare, la graduatoria si basa su una ricerca rigorosa che include le opinioni di oltre centomila docenti, accademici e ricercatori e di oltre 50 mila manager e direttori delle risorse umane comprendendo l'analisi di 18.530.368 pubblicazioni scientifiche, e di 138.397.765 citazioni.

A dominare la classifica a livello mondiale è il Mit - Massachusetts Institute of Technology per il nono anno consecutivo.

Le prime tre università rimangono americane: il Mit, infatti, è seguito dalla Stanford University (seconda) e dall'università di Harvard (terza), mentre la prima università del Regno Unito - e in Europa - è l'università di Oxford, che scende al quinto posto, e la sua concorrente connazionale, l'università di Cambridge, rimane al 7° posto.

Con 36 università classificate, l'Italia è il settimo paese più rappresentato al mondo in questa edizione e il terzo dell'Unione europea, dopo il Regno Unito (86) e la Germania (45) e prima di Francia (28) e Spagna (26).

Dopo il Politecnico di Milano (137), l'università di Bologna sale al 160° posto, un salto in avanti di 17 posizioni, mentre La Sapienza di Roma scala 32 posizioni e rientra di nuovo tra le top 200, conquistando il 171° posto.

Il Politecnico di Torino, invece, avanza di ben 40 posizioni, e ora occupa il

308° posto. Sedici università italiane mantengono invariata la propria posizione rispetto all'anno passato, 13 università invece salgono in classifica, tre scendono e quattro sono new entry come l'università Vita-Salute San Raffaele che debutta al 392° posto, un risultato importante per una giovane università.

Le altre new entry sono la Libera università di Bolzano (601-650), l'università della Calabria e l'università Politecnica delle Marche (801-1.000).

Ben Sowter, direttore QS Intelligence Unit, ha commentato: «Quest'anno si assiste a un trend positivo e di crescita per la maggior parte delle università italiane incluse nella nostra classifica, grazie ad un miglioramento in media significativo nell'indicatore che misura la reputazione accademica e in quello che misura l'impatto della ricerca prodotta: esiste una chiara correlazione tra queste due dimensioni».

© Riproduzione riservata

Le prime 15 università Italiane

2021	2020	Università
137	149	Politecnico di Milano
160	177=	Università di Bologna (UNIBO)
171	203	Sapienza - Università di Roma
216	234=	Università degli Studi di Padova (UNIPD)
301=	302=	Università degli Studi di Milano
308=	348	Politecnico di Torino
383=	389=	Università di Pisa
392=	424=	Università degli Studi di Napoli Federico II
392=		Università Vita-Salute San Raffaele
403=	389=	Università degli Studi di Trento
432=	448=	Università degli Studi di Firenze (UNIFI)
511-520	501-510	Università Cattolica del Sacro Cuore
511-520	511-520	Università degli Studi di Roma - Tor Vergata
521-530	541-550	Università degli Studi di Torino (UNITO)
521-530	591-600	University of Milano-Bicocca

STRATEGIE DI LAVORO

Il convegno di successo

Un elemento importantissimo ai fini dell'ottimale realizzazione di un convegno sarà la conoscenza del proprio target, in quanto molti degli aspetti da prendere in considerazione saranno adeguati alla categoria di persone alla quale ci si rivolgerà, tenendo conto di aspirazioni, problematiche e interessi della stessa.

Il programma dovrà essere studiato nei dettagli e si consiglia di stilare una scaletta per aver chiare le varie fasi del congresso e i passaggi fondamentali da trattare. I relatori dovranno essere scelti in modo da rispondere ai bisogni dei partecipanti che in essi dovranno riconoscere delle vere e proprie autorità rispetto alla materia affrontata.

Si dovrà, inoltre, affidare il ruolo di presentatore a un collaboratore esperto che sia in grado di relazionarsi con il pubblico e di mantenere alto il livello di attenzione. Il suo compito sarà quello di coinvolgere i partecipanti, dimostrandosi autorevole e preparato rispetto ai temi esposti. Un fattore importante è, inoltre, rappresentato dalle modalità e dai mezzi mediante i quali si affrontino le presentazioni. Le slide, i grafici e le immagini scelte potranno influenzare il successo dell'evento, sia in termini di comprensione dei concetti espressi, sia a livello di carica emozionale, di potenziale persuasivo e di impatto sul pubblico.

La dinamicità e la sintesi, spesso, saranno premianti rispetto alla presentazione, soprattutto nel caso in cui i contenuti riescano ad essere «passati» in modo immediato, evitando il successivo impegno dei partecipanti nell'analizzarli e studiarli da principio.

La data del convegno dovrà essere scelta con cura, distanziandolo il più possibile da altri eventi simili, al fine di garantire una buona affluenza e, per quanto concerne il luogo, sarà fondamentale che esso risulti accessibile alla maggior parte degli invitati, in termini di distanze da percorrere e di mezzi per raggiungerlo.

La sala dovrà essere adeguata in base al numero di partecipanti e attrezzata con gli strumenti imprescindibili per la buona riuscita dell'esposizione: videoproiettore, microfono, impianto audio e eventuale servizio di traduzione, qualora si tratti di un meeting internazionale.

Angelo Boccato
info@angelobocato.it

© Riproduzione riservata

CORSI & MASTER

Scatterà il 16 ottobre la quarta edizione del corso in Videomaking per la comunicazione e il giornalismo digitale organizzato da Feicom (Federazione italiana comunicatori e operatori multimediali). Il corso, che si svolgerà a Roma il 16, 17 e 18 otto-

bre 2020 per un totale di 19 ore tra didattica frontale e laboratori pratici di ripresa e montaggio, può essere seguito sia in presenza che a distanza, in diretta streaming. In particolare, il linguaggio delle immagini è alla base della comunicazione multimediale e del giornalismo digitale, e i moderni smartphone e tablet consentono la realizzazione di video professionali con una tecnologia facilmente accessibile a tutti, ma per realizzare filmati di qualità che possano diventare strumenti di comunicazione virale è necessario conoscere le corrette tecniche di ripresa e montaggio e saper ottimizzare i video per i diversi social media.



bre 2020 per un totale di 19 ore tra didattica frontale e laboratori pratici di ripresa e montaggio, può essere seguito sia in presenza che a distanza, in diretta streaming. In particolare, il linguaggio delle immagini è alla base della comunicazione multimediale e del giornalismo digitale, e i moderni smartphone e tablet consentono la realizzazione di video professionali con una tecnologia facilmente accessibile a tutti, ma per realizzare filmati di qualità che possano diventare strumenti di comunicazione virale è necessario conoscere le corrette tecniche di ripresa e montaggio e saper ottimizzare i video per i diversi social media.

Il corso si rivolge a tutti coloro che vogliono entrare in concreto nel mondo della comunicazione e del giornalismo online e ai professionisti che vogliono acquisire nuove competenze digitali, utilizzando lo smartphone sia come macchina da presa che come piattaforma di montaggio. Un progetto caratterizzato da una preponderante attività pratica, la didattica frontale sarà infatti sempre supportata da laboratori e project work. I partecipanti sperimenteranno sul campo, guidati dai docenti, le competenze apprese, affronteranno eventuali criticità imparando a trasformarle in punti di forza, realizzeranno i propri video, li monteranno e li lanceranno sui principali canali social, utilizzando lo smartphone sia come macchina da presa che come piattaforma di montaggio. Per iscriversi e per avere maggiori informazioni, consultare il sito web: www.feicom.it

© Riproduzione riservata