

INIZIATIVE - Coinvolti studenti di relazioni pubbliche da 11 Paesi e 4 continenti

Da Udine a Lisbona per salire sul podio del progetto Globcom

Ci sono anche due studentesse del corso di laurea in Relazioni Pubbliche dell'Università di Udine a Gorizia nel team internazionale che ha vinto l'edizione 2007 del progetto GlobCom.

Genziana Martin e Jelena Petkovic sono volate a Lisbona per partecipare, insieme alle colleghe Elena Bressani, Paola Pessa e Alessia Zorzan, all'evento finale della competizione internazionale on line ideata dall'esperto di relazioni pubbliche internazionali e docente dell'università di Erfurt Volker Stoltz

Il progetto ha coinvolto studenti di relazioni pubbliche e comunicazione provenienti da 12 università dislocate in 11 Paesi di 4 continenti (Brasile, Germania, India, Italia, Portogallo, Singapore, Sud Africa, Spagna, Emirati Arabi, UK, Usa) che, organizzati in sei team multiculturali misti, hanno lavorato da febbraio a giugno su un caso concreto come una vera e propria agenzia di relazioni pubbliche internazionali.

A rappresentare l'Italia nella gara c'era l'Università di Udine con un



gruppo di 14 studenti delle lauree specialistiche in Relazioni pubbliche delle istituzioni e Relazioni pubbliche d'impresa, coordinati dalla docente di Lingua e comunicazione tedesca Iris Jammerneegg. Internet è stato il mezzo di comunicazione usato dai partecipanti che si sono tenuti in contatto attraverso e-mail e chatroom per ideare e definire un piano di relazioni pubbliche internazionali che quest'anno aveva come committente la multinazionale del settore chi-

mica Cognis. «Il corso di laurea in Relazioni pubbliche - spiega Iris Jammerneegg - ha aderito al Progetto GlobCom per due motivi: da una parte condivide pienamente il suo approccio alle relazioni pubbliche, basato su una spiccata prospettiva etica; dall'altra l'iniziativa rappresenta il naturale proseguimento del nostro programma di tirocini altamente professionalizzanti, completando tutti i curricula offerti.

Infatti questa iniziativa ha lo scopo di stimolare l'autonomia ope-

rativa, affinare le competenze di analisi, sintesi e creatività, sviluppare le capacità di problem solving e di negoziazione, accrescere l'attitudine al lavoro di squadra in ambito internazionale e on line, superando barriere culturali fino a rendere la diversità una preziosa risorsa, e infine di aiutare a creare network professionali per condividere esperienze».

Obiettivo dei lavori realizzati dai partecipanti era aumentare la reputazione di Cognis attraverso una campagna di comunicazione interna ed esterna della durata di due anni.

Il team vincitore ha messo a punto una strategia globale coerente, destinata sia ai media sia ai dipendenti, che ha convinto la giuria grazie alla sua creatività visiva e ricchezza d'idee da una parte, alla sua solidità e coerenza dall'altra. Secondo Jammerneegg l'evento conclusivo della competizione 2007 ha raggiunto pienamente gli obiettivi prefissati: «Gli studenti hanno potuto sia confrontarsi con approcci multidisciplinari per rispondere alle sfide poste dal tema del convegno "Comunicazione aziendale quale catalizzatore del processo di democratizzazione", sia vivere una delle situazioni professionali più incisive, presentando al cliente il proprio "prodotto", una campagna promozionale indirizzata sia ai pubblici esterni che interni, pensata globalmente con i dovuti adattamenti ai mercati locali.

Nella fase di rielaborazione formativa sono stati fondamentali i commenti puntuali da parte dello sponsor».