

Sottolineata intanto la necessità che il corso di Relazioni pubbliche goda di una maggiore cassa di risonanza fuori regione

Un seminario sulla “buona reputazione”

Incontri promossi per gli studenti del polo universitario udinese a Gorizia

L'importanza delle relazioni pubbliche per enti e organizzazioni e il ruolo chiave che la formazione assume per i professionisti del settore: sono questi alcuni degli elementi sottolineati con forza nel primo incontro seminariale promosso per gli studenti del polo universitario udinese nell'ambito del corso in Teorie e tecniche delle relazioni pubbliche 1, tenuto dal docente Nicola Strizzolo.

Nell'iniziativa, aperta non solo ai ragazzi ma anche a tutti gli interessati, è stato coinvolto Massimo Panzini, socio professionista della Federazione relatori pubblici italiana e docente universitario a contratto. Quest'ultimo ha invitato i partecipanti a riflettere sulle doti naturali e le competenze acquisibili che caratterizzano coloro che intendono scegliere questa difficile e complessa professione.

Rifacendosi all'invito che Emma Marcegaglia, presidente di

Confindustria, ha recentemente rivolto alle banche affinché imprenditori e aziende non siano valutati solo sulla base dei bilanci 2008 e 2009 ma anche considerando le persone e le loro potenzialità, è stata posta particolare attenzione sui beni immateriali e le risorse intangibili oggetto degli interventi dei relatori pubblici.

In questo contesto imprenditoriale e in questo particolare momento storico il corso di laurea in Relazioni pubbliche assume una sua specifica rilevanza non solo per la città di Gorizia, che lo ospita, ma per l'intera economia del Nord Est, che necessita di nuovi slanci e di nuovi sapori. Per questo è emerso che sarebbe bene divulgare la presenza e l'efficacia di questo percorso di studi ben oltre i confini regionali, sostenendolo con specifiche e adeguate risorse. Grande attenzione è stata posta sulle aspettative che le imprese, le am-

ministrazioni pubbliche, i movimenti di opinione ripongono sia nei confronti dei neolaureati che della disciplina stessa, a cui riconoscono sempre più spesso un ruolo giustamente strategico.

Questo argomento sarà ripreso e approfondito nell'incontro del seminario in programma venerdì 6, dedicato allo sviluppo dell'immagine, della buona reputazione e della credibilità. In questo contesto è quanto mai azzeccato utilizzare il termine “linguaggi” per identificare come strumenti di comunicazione e di relazione tutta una serie di elementi, come la cultura e i valori dominanti dell'impresa, le modalità organizzative, le attività nei confronti dei pubblici influenti, i congressi, le convention, le sponsorizzazioni, le rappresentazioni aziendali, le sedi, la messa in scena dei prodotti-servizi e dello specifico modo di esistere, le iniziative di lobbying, la beneficenza. (f.s.)



Studenti di relazioni pubbliche, perno della presenza dell'ateneo udinese in città