



Oggetto: Ventennale del Corso di Laurea in Relazioni Pubbliche Uniud@GO

Titolo: **Relazioni pubbliche e Comunicazione: la storia, il domani**

Sede/date: Gorizia _ 25 e 26 ottobre 2018

Il CdL in sintesi:

Il corso di laurea in Relazioni Pubbliche dell'Università di Udine, sede di Gorizia, attivato nell'**ottobre del 1998**, è da subito considerato un *unicum* in Italia, tra i corsi di laurea di questo tipo: costituisce una realtà innovativa soprattutto per la sua impostazione contemporanea che prevede una preparazione avanzata nelle lingue straniere e allo stesso tempo lo studio di discipline come sociologia, psicologia, economia, diritto e altre, proprie delle scienze della comunicazione. Questa prospettiva multidisciplinare contraddistingue la sua offerta didattica e prepara i laureati alle sfide professionali e ai bisogni di aziende e organizzazioni in una società in costante mutamento. Per gestire la complessità delle relazioni che ogni organizzazione deve intrattenere con i suoi *stakeholder*, il professionista delle relazioni pubbliche e della comunicazione deve attingere a competenze linguistiche, economiche, sociologiche, culturali e relazionali. Trasmettere questo tipo di saperi, inserendoli in un approccio inclusivo e partecipativo, è l'obiettivo formativo-professionale del corso.

Con la nascita del corso di laurea in Relazioni Pubbliche, l'Università ha potuto consolidare il legame con il territorio grazie all'intensa rete di collaborazioni con diversi soggetti, enti ed istituzioni locali. In questo senso, la città di Gorizia si è rivelata sede ideale del corso in quanto crocevia di culture, tradizioni, lingue e popoli, quindi di punti di vista diversi che si incontrano e si integrano. Il territorio sostiene la ricerca nell'ambito delle Relazioni Pubbliche e contribuisce ad arricchire l'offerta didattica del corso di laurea.

Il corso di laurea in Relazioni Pubbliche ha visto i suoi primi laureati del Vecchio Ordinamento nell'a.a. 2002-2003 per un totale di 598 laureati. Fino a luglio 2018, si possono contare 1624 studenti laureati Triennali del nuovo ordinamento. A partire dall'a.a. 2003-2004 la sede universitaria di Gorizia dopo la laurea Triennale ospita due corsi di laurea specialistica: Relazioni Pubbliche d'Impresa e Relazioni Pubbliche delle Istituzioni. Successivamente, nell'a.a. 2009-2010 le lauree Specialistiche vengono sostituite dal corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Integrata per le Imprese e le Organizzazioni, ancora oggi attivo. 186 sono i laureati in Relazioni Pubbliche d'Impresa, 39 quelli in Relazioni Pubbliche delle Istituzioni, mentre 296 i laureati in Comunicazione Integrata per le Imprese e le Organizzazioni. Inoltre si contano 246 laureati Triennali in Relazioni Pubbliche modalità OnLine. Il numero totale complessivo dei **laureati** è di **2989**.

I laureati di Relazioni Pubbliche trovano occupazione in Italia e all'estero, sia nel settore delle aziende private che nelle istituzioni pubbliche, nel terzo settore come pure in agenzie specializzate di comunicazione, pubblicità e relazioni pubbliche.



Il CdL nel dettaglio:

Nasce nel 1998, come corso di laurea quadriennale, vecchio ordinamento, che durerà fino al 2002-2003. A partire dall'a.a. 2003-2004 il corso di laurea diventa un 3 + 2, con l'attivazione di 2 corsi di laurea specialistica, ciascuno diviso in due percorsi. Le Lauree specialistiche sono: Relazioni Pubbliche d'Impresa e Relazioni Pubbliche delle Istituzioni.

Nell'a.a. 2009-2010 le lauree Specialistiche vengono sostituite dal corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Integrata per le Imprese e le Organizzazioni, ancora oggi attivo.

Per il corso in Relazioni pubbliche è subito boom di immatricolazioni. Circa 400 studenti nel 1998, 450 nel 1999 e addirittura un paio di decine in più nel 2000/2001 con l'entrata in vigore del nuovo ordinamento (3+2) e nel 2001/2002 (470 unità). Seguono un paio d'anni in cui le immatricolazioni si mantengono attorno ai 400; negli anni seguenti inizia un calo fisiologico: se nel 2005 ci si attesta ancora sopra i 200 immatricolati (210), il numero delle immatricolazioni continua a calare fino al 2010/11, anno nel quale si registrano 97 immatricolazioni.

Dal 2011 si registra un'inversione di tendenza. Il numero di immatricolati riprende a crescere: 2011/12 124 unità, 2012/13 134 unità; 161 unità nell'a.a. 2015/2016, e nell'a.a. appena iniziato 196 unità.

Il corso di laurea in Relazioni Pubbliche ha visto i suoi primi laureati del Vecchio Ordinamento nell'a.a. 2002-2003 per un totale di 598 laureati. Alla data attuale, il numero totale complessivo dei laureati a relazioni pubbliche è poco meno di 3.000.

TIROCINI: L'Ufficio tirocini della sede di Gorizia è attivo da 15 anni, ed è nato inizialmente dall'esigenza di gestire in loco l'attività di tirocinio del Corso di Laurea in Relazioni pubbliche, dapprima, poi degli altri corsi di laurea.

L'attività di tirocinio è obbligatoria per tutti gli studenti di tutti i corsi di studio attivi a Gorizia, ed è particolarmente importante per il corso di laurea in Relazioni pubbliche e per la sua laurea magistrale. L'ufficio opera per creare e mantenere rapporti di collaborazione tra il Corso di Laurea e il mondo del lavoro, attraverso la condivisione di progetti (presso aziende, agenzie di comunicazione, enti pubblici, associazioni di vario genere), e la promozione dell'offerta di tirocini sia in Italia che all'estero. Al momento (dati 30.06.2018) le sedi ospitanti italiane di tirocinio convenzionate sono 1130, mentre quelle estere internazionali sono 197. Mentre il numero totale di **progetti di tirocinio** svolti dal 2002 ad oggi è pari a **2423**.

I Laboratori di RP

1) ROC

Le attività del laboratorio ROC, Relazioni Organizzazione Comunicazione, primo nato tra i laboratori del corso di laurea in Relazioni pubbliche, sono tese a creare opportunità di sviluppo pratico delle competenze teoriche apprese dagli studenti durante le lezioni, occasioni formative, contatti e relazioni con le comunità di esperti, con i professionisti, con gli



imprenditori e con gli studiosi che contribuiscono alla crescita delle relazioni pubbliche. Il Laboratorio si occupa principalmente di:

- pianificazione strategica e organizzazione di eventi
- *media relations*
- ricerche sociali

2) SasWeb

Il Laboratorio di Ricerca sul Web Semantico, Adattivo e Sociale (SASWEB), costituito nell'ambito del Dipartimento di Matematica e Informatica dell'Università di Udine, è un centro di ricerca con competenze scientifiche avanzate e mirate alla modellazione, progettazione e implementazione di siti Web avanzati, applicazioni innovative per sistemi mobili, editoria elettronica.

L'attività svolta coinvolge studenti, enti, istituzioni, aziende, non profit e si articola in:

- *didattico-formativa*: rappresenta per gli studenti universitari l'opportunità di confrontarsi, con progetti reali e di sperimentare nuove tecnologie in ambiti multi-disciplinari;
- *ricerca scientifica*: promuove e coordina progetti ed eventi di ricerca di respiro nazionale ed internazionale;
- *trasferimento tecnologico sul territorio*: risponde alla richiesta di innovazione e di visibilità del territorio, instaurando collegamenti e collaborazioni tra la ricerca universitaria ed il mondo produttivo e dei servizi.

3) LAREM

Il Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale dell'Università di Udine nasce per svolgere attività di ricerca sulle strategie, le strutture, i processi e le *performance* delle imprese, delle istituzioni e del sistema economico in cui esse operano, con particolare attenzione per la comunicazione aziendale nelle sue diverse manifestazioni.

L'attivazione di un Laboratorio dedicato alla ricerca su questi temi si pone nel solco della *vision* dell'Università di Udine, che identifica l'Ateneo come istituzione strategica per lo sviluppo del territorio, cui compete la triplice responsabilità dell'alta formazione, dello sviluppo di conoscenze innovative e del servizio al contesto ambientale di riferimento in termini di crescita culturale, sociale ed economica.

I componenti il LAREM utilizzano i principi e gli strumenti degli studi di economia aziendale, di *management*, di strategia, di marketing, di organizzazione e di finanza per:

- analizzare gli assetti, le dinamiche di funzionamento e le *performance* delle aziende e del sistema economico in cui operano;
- agevolare la sperimentazione di innovazioni istituzionali, organizzative e gestionali e la valutazione del loro impatto;
- favorire il trasferimento di conoscenze e competenze, anche allo scopo di valorizzare e diffondere le soluzioni di successo sviluppate dalle imprese e dalle istituzioni del Friuli Venezia Giulia.



4) *Laboratorio di comunicazione e negoziazione*

Il Laboratorio di comunicazione e negoziazione dell'Università di Udine nasce nel 2017 per svolgere attività di ricerca sulle strategie, le tecniche e i processi che consentono al comunicatore la negoziazione del consenso, e del senso, in tutta una serie di declinazioni pratiche che spaziano dalla produzione pubblicitaria, alla gestione di crisi, al marketing politico. Particolare attenzione è posta alla comunicazione multimediale e multiculturale nelle sue diverse manifestazioni e ai rapporti che intercorrono tra la forma e i contenuti nella creazione di senso.

Il laboratorio inoltre si caratterizza per la forte multidisciplinarietà: dalla sociologia all'advertising, dal crisis management fino alla linguistica sistemico-funzionale; e trasversalità in termini di applicazione a casi pratici: dalla war-propaganda, alle pubblicità di prodotto e di marca, dagli articoli di giornale ai comizi politici.