



UniFERPi *Padova*

FERPi
FEDERAZIONE
RELAZIONI
PUBBLICHE
ITALIANA

IN VIAGGIO VERSO LA PROFESSIONE

2015/2016

UniFERPI Padova

&

FERPI Federazione Relazioni Pubbliche Italia

In collaborazione con:

Corso di Laurea Triennale in Comunicazione

Corso di Laurea Magistrale in Strategia di Comunicazione

Referente del progetto: Professor Giampietro Vecchiato

Obiettivi:

IVP – In Viaggio Verso la Professione è un progetto studiato ed organizzato dagli studenti per gli studenti.

Il gruppo UniFERPI Padova, sezione studentesca di FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiana), da anni organizza laboratori e seminari rivolti agli studenti dei corsi di laurea triennale in Comunicazione, iscritti al II e III anno, e di laurea magistrale in Strategie di Comunicazione dell'Università degli Studi di Padova.

Una serie di appuntamenti unici pianificati dall'associazione studentesca, che prevede la partecipazione di professionisti della comunicazione provenienti da ambiti e realtà differenti, qui presenti per mettere a disposizione di colleghi e studenti riflessioni e approfondimenti riguardanti un settore in continua evoluzione.

Il grande obiettivo di questo ciclo di incontri è quello di creare un dialogo, un confronto, un "ponte" tra il mondo dei professionisti e gli studenti stessi, per far esplorare ai partecipanti l'universo della comunicazione e le sue numerose sfaccettature grazie a contributi sui temi più attuali, dati da coloro che sono i più grandi attori esperti del cambiamento, e per avvicinare i ragazzi al mondo del lavoro.

La partecipazione ad IVP rappresenta non solo l'occasione di confrontarsi con nomi importanti del panorama della comunicazione, ma anche la possibilità, in questa edizione, di mettersi in gioco in modo pratico per tutti i membri.

Modalità di svolgimento:

Il percorso IVP – In Viaggio Verso la Professione è rivolto agli studenti iscritti ai corsi di laurea triennale in Comunicazione e laurea magistrale in Strategie di Comunicazione e prevede il riconoscimento di 3 crediti formativi per ogni partecipante che segua tutto il ciclo di incontri previsti, con la possibilità di giustificare solo un'assenza per tutta la durata del progetto.

La novità più formativa e importante di questa edizione consiste nell'avere un approccio pratico da parte degli studenti partecipanti, con l'elaborazione di un project work realizzato

in gruppo, che verrà successivamente valutato dai presidenti dei rispettivi corsi di laurea interessati.

I project work dovranno essere presentati alla fine del ciclo di incontri, e saranno necessari al fine dell'assegnazione dei crediti formativi; i project work costituiscono una valida occasione per gli studenti di cimentarsi in un vero e proprio progetto di comunicazione, sulla base delle nozioni e degli spunti derivati dai relatori dei singoli incontri. I lavori avranno strutture e temi diversi a seconda del corso di laurea cui si appartiene.

Tutti gli studenti partecipanti iscritti alla facoltà triennale in Comunicazione avranno la possibilità di cimentarsi in un progetto a scelta tra i due che seguono.

- L'anno accademico 2015/2016 vede il raggiungimento del ventesimo anniversario della fondazione del corso di laurea in Comunicazione presso l'Università di Padova. Per tale occasione l'Ateneo darà luogo ad un evento celebrativo con la partecipazione di ex studenti e personalità di spicco. A tutti gli studenti partecipanti al progetto IVP – In Viaggio Verso la Professione è richiesta l'elaborazione di un project work che veda – tramite qualunque strumento come audio, video e altro – la celebrazione della facoltà, ripercorrendone la storia, gli anni più importanti, le personalità che hanno contribuito attivamente a costruire la realtà universitaria come si presenta oggi.
- La scelta della facoltà universitaria, una volta portati a termine gli studi superiori, è un dilemma che spesso affligge i ragazzi che vogliono proseguire il proprio percorso formativo. Agli studenti frequentanti IVP – In Viaggio Verso la Professione si chiede di realizzare un project work basato sullo sviluppo di una campagna pubblicitaria tramite Social Network indirizzato a questo target di pubblico, per attirare nuove iscrizioni al corso di laurea triennale in Comunicazione presso l'Università degli Studi di Padova. In alternativa, è possibile ideare uno spot pubblicitario indirizzato allo stesso pubblico, che miri a raggiungere i medesimi obiettivi richiesti.

Tutti gli studenti iscritti invece al corso di laurea specialistica in Strategie di Comunicazione potranno scegliere di cimentarsi in due lavori diversi, grazie alle conoscenze pregresse ed alle competenze maturate durante i precedenti anni di studio.

- Il primo project work richiesto dovrà essere impostato al fine di ottenere la pubblicizzazione del loro corso di laurea magistrale. Gli obiettivi da raggiungere per questo progetto sono due: attrarre nuovi iscritti, rivolgendo quindi l'attenzione ai neolaureati dei corsi di laurea triennali, invogliandoli a proseguire il percorso universitario, e contemporaneamente contribuire a portare alto, anzi a migliorare, la reputazione del corso di laurea.
- “InspiringPR” è un evento unico nel panorama italiano della comunicazione e delle relazioni pubbliche dedicato a professionisti, comunicatori, esperti, imprenditori e studenti. Il lavoro richiesto agli studenti del corso di laurea magistrale in Strategie di Comunicazione è quello di elaborare un piano di comunicazione **crossmediale**, che attraversi tutti i media su cui è presente l'evento come Social Network (Facebook, Twitter, Instagram) e Sito Web. L'obiettivo del progetto è quello di pubblicizzare l'evento in modo da attrarre nuovi esponenti del settore a partecipare e aumentare la visibilità sul social di questo evento che ogni anno raccoglie speakers ed esperti del mondo della comunicazione.

Si tratterà di giornate formative, basate principalmente su lezioni frontali, che si concluderanno con l'elaborazione del project work scelto dagli studenti.

Gli incontri si terranno nel corso del secondo semestre dell'anno accademico 2015/2016 nelle seguenti date (aula 04/05/2016 verrà comunicato al primo incontro):

	Relatori	Data	Ora	Aula	Indirizzo
	Francesca Trevisi	16/03/2016	15.30	Aula E	Via Obizzi, 23 Padova
	Mario Rodriguez – Pietro Raffa	23/03/2016	15.30	Aula E	Via Obizzi, 23 Padova
	Elena Rita Mugione	30/03/2016	15.30	Aula EF2	Via Venezia, 13 Padova
	Giampietro Vecchiato	06/04/2016	15.30	Aula E	Via Obizzi, 23 Padova
	Giordano Riello	13/04/2016	15.30	Aula E	Via Obizzi, 23 Padova
	Antonio Deruda	20/04/2016	15.30	Aula E	Via Obizzi, 23 Padova
	Giorgio Soffiato	27/04/2016	15.30	Aula EF1	Via Venezia, 11 Padova
	Daniele Chieffi	28/04/2016	15.30	Aula C	Via Obizzi, 23 Padova
	Alberto Canazza	04/05/2016	15.30	-	-

Relatori

Francesca Trevisi

Francesca Trevisi, **giornalista professionista**, è la **speaker coach del TedxPadova**. Cronista, autrice e conduttrice, oggi si dedica prevalentemente al **coaching** e alla formazione nell'ambito del **public speaking e della comunicazione efficace** e per questo dice di sè: "Amo definirmi una tras-formatrice perché trasformo le persone in una versione migliore di loro stesse". La sua carriera è in costante evoluzione: dopo aver frequentato il prestigioso Istituto per la formazione al Giornalismo di Milano, ha creato e condotto programmi per molte emittenti fra cui **RTL 102,5 e Telenordest, ha scritto per numerose testate, fra cui Epoca e Tv Sorrisi e Canzoni, ed è stata corrispondente per Radio 24 il Sole 24 Ore**. Ha curato la comunicazione di realtà importanti come Fondazione Città della Speranza ed ha organizzato e condotto moltissimi eventi dal vivo, comprese 3 edizioni del Guinness World Record "Run for Children".

Mario Rodriguez

Mario Rodriguez è il **fondatore di Mr & Associati Comunicazione srl**, società di consulenza di comunicazione specializzata nel settore politico e istituzionale fondata nel 1994, ed è docente universitario a contratto a Padova e Milano. Nel settembre del 2013 ha pubblicato "*Consenso, la comunicazione politica tra strumenti e significati*" (Guerini Editore, Milano). È stato professore a contratto all'Università di Padova per Comunicazione Politica del Corso di Laurea Magistrale in Strategie della comunicazione, **attualmente insegna all'Università di Milano per Comunicazione pubblica e Relazioni con gli utenti**, Corso di laurea in Management delle Amministrazioni Pubbliche (ruolo che ricopre dal 2003). Ha anche svolto docenze in altre Università con incarichi di Scienza politica Università di Modena - Reggio Emilia, Facoltà di Scienze della comunicazione anno 2002 - 2003 e Scienza dell'opinione pubblica presso l'Università di Padova nell'anno accademico 2001 - 2002.

Tra i principali incarichi professionali in ambito istituzionale possono annoverarsi: i **Ministeri dei Trasporti (1998), della Salute (1999) e della Giustizia (2000)**; gli Assessorati

all'ambiente della Regione Toscana e della Provincia di Modena, la Presidenza della Regione Liguria, le Provincia di Arezzo, Milano e Lodi, i Comuni di Chioggia, Verona, Firenze, Novara, Alessandria, Cremona, Crema, Fiesole, Mozzate, Pontassieve. Dal 2007 al 2014 **ha collaborato con l'Ufficio relazioni con i media della presidenza della Repubblica italiana per il monitoraggio dei media e delle conversazioni sul web**. Tra i principali clienti privati nel campo ambientale possono annoverarsi AIMAG Spa alla quale è stato attribuito l'Oscar di Bilancio 2005, ANIA, Edi-power Spa, Edison Spa, Gruppo Falck, Lucchini Piombino Spa, British Gas LNG, Gas Natural Trieste. E' stato consulente del Ministero della funzione Pubblica per il progetto Cantieri. È membro del Consiglio nazionale della Federazione delle relazioni pubbliche italiana (Ferpi).

Elena Rita Mugione

Elena Rita Mugione è **Marketing Director di Pirelli Tyre Spa**. Nata a Milano, dopo aver conseguito la Laurea Magistrale in Economia e Commercio con lode presso l'Università degli Studi di Milano (Marketing e Analisi di Mercato), svolge due brevi esperienze di stage in **AC Nielsen e 3M Spa**. Nel 1999 entra in Pirelli Tyre dove si occupa di **Sales System**: coordina diversi progetti innovativi ad elevata componente tecnologica (Sistemi CRM, SFA Salesforce automation e processi di centralizzazione dei sistemi) all'interno della direzione **Trade & Consumer Marketing Europa con il ruolo di interfaccia tra IT e marketing locale**. È responsabile di tutte le attività di Marketing per il mercato italiano (elaborazione piani di Marketing, attività di Branding, Advertising, Product Marketing, Customer service e sales system). Durante la sua carriera professionale ha dedicato particolare attenzione ad attività di Digital Marketing sviluppando piattaforme e-commerce e direct/web marketing con ottima conoscenza di **strategie SEO/SEM/SEA**. L'esperienza e le grandi attività manageriali acquisite negli anni le permettono di gestire un numeroso team di collaboratori che si occupano di Marketing in tutti i suoi aspetti ed attività. Dal 2004 al 2006 si sposta in Francia per ricoprire il ruolo di Customer Service Manager nella sede francese di Pirelli Tyre; rientrata in Italia, fino ad ottobre 2014 si occupa di Trade e Consumer Marketing e Network Development. Dal dicembre 2014 è Marketing Director della BU Vettura nel Mercato Italia di Pirelli Tyre.

Pietro Raffa

Pietro Raffa è siciliano, di Tortorici, ha 29 anni ed è **Social Media Manager della Mr & Associati Comunicazione**, a Milano. Si è laureato con lode in Relazioni Internazionali a Roma Tre, per poi proseguire il suo percorso di studi conseguendo il **Master in Marketing, Comunicazione e Digital Strategy** presso la **Business School del Sole 24 Ore**, dove attualmente collabora in qualità di formatore. Ha uno spazio personale su giornali come Huffington Post, l'Espresso e l'Unità, e collabora con varie testate tra cui Europa, ilFoglio.it, Valigia blu. Ama la politica, i libri di Kafka, i film con Christopher Walken, il rap e il Milan.

Giampietro Vecchiato

Giampietro Vecchiato è **direttore clienti di P.R. Consulting srl, agenzia di relazioni pubbliche di Padova e consigliere nazionale FERPI, Federazione Relazioni Pubbliche Italiana**, con delega alla Formazione & ricerca. Consulente di direzione ed esperto di comunicazione per le organizzazioni complesse, è anche relatore in convegni e formatore a livello universitario (Università di Padova e Udine, IULM di Milano), post universitario e professionale. È autore di diversi testi e saggi sulle relazioni pubbliche e sulla comunicazione, tra cui *Manuale operativo di relazioni pubbliche* e *La Guida del Sole 24 Ore al Crisis Management. Come comunicare la crisi: strategie e case history per salvaguardare la business continuity e la reputazione*. È infine fondatore di Starting4, Consorzio d'impres che opera nella comunicazione e nel marketing turistico e territoriale.

Giordano Riello

Giordano Riello, nato nel 1989, **da aprile 2015 è Presidente dei Giovani Imprenditori del Veneto**. Dal 2011 è **membro del Consiglio di Amministrazione di RPM Spa**, dal 2013 del CdA di Aermec Spa. Nel giugno 2013 ha fondato la società EN Srls, azienda ingegneristica operante nel settore green economy e riqualificazione energetica di impianti. Nel giugno 2014 ha lanciato il marchio N+ per la produzione di illuminazione a LED per edifici industriali,

privati, uffici. A marzo 2012 è stato eletto Vice Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Rovigo con delega alla rappresentanza della provincia al consiglio Nazionale di Confindustria a Roma. Dal 2013 è **Membro di Giunta Nazionale di Confindustria per la quota Giovani Imprenditori**. Frequenta la Facoltà di Economia Aziendale e gestione d'Impresa all'Università LIUC Carlo Cattaneo.

Antonio Deruda

Antonio Deruda è **consulente di comunicazione, formatore e relatore con esperienza a livello internazionale**. Parla correntemente inglese, spagnolo e francese, nel 2000 è stato **ricercatore per le Nazioni Unite, responsabile del settore “comunicazione” presso l’International Construction Institute dal 2001 al 2003 e, negli stessi anni, reporter per Il Sole 24 Ore**. Attualmente guida il digital team di un marchio multinazionale e collabora come consulente con aziende, organizzazioni internazionali e con le istituzioni per aiutarle a sviluppare strategie globali on-line. Prima di iniziare la sua attività di consulenza ha lavorato come **media specialist** per una grande ambasciata statunitense, in cui ha potuto imparare in prima persona l’impatto generato dalla rivoluzione digitale in ambito diplomatico. Tra il 2012 e il 2014 pubblica due libri: “Digital Diplomacy, Foreign Policy and Social Media”, primo studio approfondito sul fenomeno innovativo della digital diplomacy, e “The Digital Diplomacy Handbook” una guida completa sull’utilizzo dei social media per entrare in contatto con un pubblico globale.

Giorgio Soffiato

Giorgio Soffiato è **Amministratore unico di Marketing Arena, agenzia di digital marketing con sede a Rovigo**. Laureato in Marketing e Comunicazione all’Università Ca’ Foscari di Venezia nel 2007 con una tesi sperimentale sui Motori di Ricerca, è stato **ricercatore per la Venice International University ed è Docente e formatore per primarie business school italiane** (è docente presso il master in Digital Economics & Entrepreneurship di Digital Accademia), Giorgio si definisce “markettaro” per passione fin

dalla tenera età. Si occupa da oltre 10 anni di marketing digitale e da alcuni anni sta approfondendo le tematiche del social media marketing al servizio della lead generation e dell'ottimizzazione del budget digital per le aziende.

Daniele Chieffi

Daniele Chieffi è **Web Media Relations manager, responsabile dell'ufficio stampa Web, Social Media Management e Reputation Monitoring di Eni**. Nato nel 1970, negli anni ha sviluppato una passione per la scrittura che lo porta a fare del giornalismo la sua professione. Studia, scrive articoli, libri e collabora con aziende e organizzazioni in qualità di consulente per la comunicazione. Appassionato del mondo digital fin da quando Internet era ancora uno sconosciuto ai più, **oggi è uno dei professionisti più esperti in comunicazione digitale**.

La sua formazione deriva però dalla carta stampata: ha collaborato con testate locali e nazionali come **Il Mattino e La Repubblica**, in cui il suo nome compare per oltre dieci anni. Ha diretto per la casa editrice Franco Angeli “**Neo**”, la **prima collana di saggistica crossmediale** che racconta l'innovazione digitale e i suoi scenari. Nel 2000, dopo la partecipazione alla nascita di Kataweb, network di intrattenimento, informazione e servizi del Gruppo l'Espresso, ha diretto la start up di Vivacity.it, catena di portali locali nata da un progetto comune del Gruppo l'Espresso e del Gruppo Unicredit. Successivamente ha posto le fondamenta e gestito le relazioni del Gruppo Unicredit con i media online. Insegna presso l'Università Cattolica di Milano, La Sapienza di Roma, il Cuoia di Vicenza e la Business School del Sole 24 Ore, oltre a continuare collaborazioni con varie testate on line. Attualmente fa anche parte dello Steering Committee di State of the Net e del Comitato Scientifico del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Tor Vergata di Roma. Ha pubblicato, per il Sole 24 Ore editore, i libri “Online media relations. L'ufficio stampa sulla Rete ovvero il web raccontato ai comunicatori” nel 2011 e "Social Media Relations. Comunicatori e communities, influencers e dinamiche sociali del Web. Le P.R. online nell'era di Facebook, Twitter e Blogger" nel 2013. Sempre nel 2013, per Apogeo "Online Crisis management" e per Franco Angeli "Working on Web. Giornalisti e comunicatori, come non s'inventa una professione".

Alberto Canazza

Alberto Canazza è **project e account manager di Young Digitals**. Collabora come **consulente** per aziende, soprattutto PMI del Nord Est, specializzato in **marketing, web marketing, strategia digitale**. Ha conseguito un master in Marketing & Digital Communication presso la Business School del gruppo Sole 24 Ore, approfondendo le sue conoscenze nel settore digital come il social media marketing, il SEM ed la SEO ed, in particolare, l'archetypal branding. Sta per conseguire il Professional Diploma in Marketing, rilasciato dal Chartered Institute of Marketing, presso la London School of Marketing (Anglia Ruskin University). È anche docente formatore in corsi di marketing, brand management e web marketing organizzati da organismi di portata nazionale.