

Le matricole arrivano a suon di slogan

Negli atenei battage pubblicitari per far conoscere il percorso di studi e gli sbocchi occupazionali

UNIVERSITÀ E FORMAZIONE

LUCILLA NICCOLINI

È proprio quando il nostro futuro diventa più incerto e oscuro, che si affina la nostra capacità di immaginarlo migliore di quanto la situazione prometta. Era dunque prevedibile che proprio l'istituzione preposta a formare i cittadini di domani, l'università, scegliesse appunto il futuro come parola chiave della sua comunicazione.

Ormai, una corretta informazione sull'offerta formativa, di scuole superiori e di atenei, è strategica per l'attrazione che le agenzie di formazione possono esercitare sui potenziali clienti: in tempi grami, persino i giovani vanno persuasi che costruirsi un futuro si può. E i genitori hanno bisogno di credere che una spesa familiare cospicua di oggi sarà veramente compensata domani dall'affermazione sicura e remunerativa dei figli.

"Costruire, persone, futuro: sono le parole chiave della nostra campagna" dice Sauro Longhi, il rettore dell'Università Politecnica delle Marche "e non ci siamo inventati nulla: è proprio quello che offriamo. E la risposta è già lusinghiera. Dopo i dieci giorni di orientamento di febbraio, che hanno portato in ateneo oltre 8 mila studenti delle superiori, le giornate di luglio allestite dopo gli esami di stato ci hanno stupito per l'affluenza. E per i test di ammissione non

Il rettore Longhi
"Costruire, persone e futuro sono le parole chiave che abbiamo scelto"

Oggi UNICAM, domani LAVORO.

Leonardo
laureato in Architettura e Design
oggi HR Business partner FIAT

Silvia
laureata in Giurisprudenza
oggi New Materials Development Manager TRUO

Romeo
laureato in Scienze del Farmaco e dei Prodotti della Salute
oggi Enterprise Service Architect MICROSOFT Italia

Università di Camerino
dal 15 luglio sono aperte le iscrizioni!

Architettura e Design
Scienze della Comunicazione e Medicina Veterinaria
Giurisprudenza
Scienze del Farmaco e dei Prodotti della Salute
Scienze e Tecnologie

Lauree | Lauree magistrali | Master universitari | Scuole di specializzazione | School of Advanced Studies | Scuola di Studi Superiori "G. Leopardi"

vincolanti abbiamo avuto talmente tanti candidati da dover integrare molte altre postazioni e un'altra aula. Inoltre le preiscrizioni ad Agraria hanno avuto un'impennata, e abbiamo già ammesso oltre settanta candidati a Ingegneria Edile-Architettura, negli anni scorsi meno gettonata".

Futuro è anche la parola d'ordine della campagna dell'Università di Camerino: punta sulle facce di laureati che hanno tempestivamente raggiunto un'occupazione qualificata. Oggi Unicam, domani lavoro. Come dire: "Chi sceglie Unicam, sceglie di investire nel proprio futuro". Il rettore dell'Università di Camerino, Flavio Corradini: "Riteniamo che il futuro e la piena realizzazione professionale dei nostri studenti sia la migliore comunicazione che un ateneo possa fare. Per questo abbiamo scelto i nostri studenti e i nostri laureati come testimonial e manteniamo alta la qualità della didattica, dei servizi e delle agevolazioni che mettiamo a disposizione degli stu-

enti".
Ma poiché il futuro si costruisce con lo studio, è sul diritto a studiare che mette l'accento la strategia di comunicazione dell'Università di Macerata, con "#dica 34", lanciato tramite un tweetmob: l'hashtag gioca sulla prossimità del 33 che il medico fa pronunciare al paziente con il 34, ovvero l'articolo della Costituzione che recita: "i capaci e meritevoli hanno diritto di raggiungere i gradi più alti degli studi". Dice il rettore Luigi Lacchè: "Noi investiamo oltre

PREGO, #DICA34

beni culturali
economia
filosofia
giurisprudenza
lettere
lingue
storia
mediazione linguistica
scienze dell'amministrazione
scienze della comunicazione
scienze della formazione
scienze giuridiche applicate
scienze politiche
servizi sociali
turismo

LA CAPACITÀ DI RAGGIUNGERE I GRADI PIÙ ALTI DEGLI STUDI

UNIMC
UNIVERSITÀ DI MACERATA
#DICA34

zione dell'Università di Macerata, con "#dica 34", lanciato tramite un tweetmob: l'hashtag gioca sulla prossimità del 33 che il medico fa pronunciare al paziente con il 34, ovvero l'articolo della Costituzione che recita: "i capaci e meritevoli hanno diritto di raggiungere i gradi più alti degli studi". Dice il rettore Luigi Lacchè: "Noi investiamo oltre

3 milioni di euro per esenzioni, riduzioni e borse di studio e quest'anno concederemo contributi a lavoratori o figli di lavoratori disoccupati, in mobilità, in cassa integrazione, agli alluvionati di Senigallia, a chi si iscrive a una laurea magistrale e agli studenti stranieri. Perché rispettiamo concretamente il diritto allo studio".

UNIVERSITÀ DI URBINO

Spazio continuo

PER CHI RICERCA FUTURO

I manifesti degli atenei marchigiani per il nuovo anno accademico si punta sul futuro degli studenti e sugli sbocchi occupazionali del percorso di studi scelto. Strategie della comunicazione in evoluzione

centrali, e ai servizi finanziari e assicurativi". Non funziona più, in sostanza, il vecchio modello dell'attesa del cliente nel salone di vendita: servono nuove capacità di comunicazione del prodotto, un maggiore uso del Web, competenze di Information technology e molto altro ancora. Insomma, sono indispensabili figure al passo con i tempi, che sappiano affrontare le sfide di un mercato dell'auto molto diverso dal passato. "Per questo motivo bisogna puntare sulle nuove generazioni - ha proseguito Chelli - e i ragazzi che hanno partecipato al progetto, 200 in tutto, 20 quelli italiani, hanno potuto avvicinarsi al mondo del lavoro e capirne le problematiche. Questo è uno degli obiettivi primari dell'università, farsi ponte tra la fase di formazione e quella lavorativa". A margine del convegno è stata presentata anche l'auto da Formula Uno realizzata dalla Politecnica per la competizione tra università, la Formula Sae, che prevede la progettazione e la produzione di un'auto da corsa da parte degli studenti, che viene valutata per le sue qualità ingegneristiche.

La Politecnica sfida il circuito di Formula Uno

IL PROGETTO

SILVIA BALDINI

Ancona

Un progetto triennale per seguire l'evoluzione dei mercati automobilistico e motociclistico e capirne tendenze e comportamenti, con l'obiettivo di comprendere le strategie migliori di crescita per il futuro, anche per superare il momento di crisi economica attuale. È il lavoro che ha realizzato l'Università Politecnica delle Marche grazie a un co-finanziamento dell'Unione europea e dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione, gli audiovisivi e la cultura, la Eacea, assieme ad alcuni partner esteri, quali la ekoda Auto University della Repubblica Ceca, la KTM Sportmotorcycle AG d'Austria, la University of Applied Sciences e la School of Management austriache, la University of Gdansk della Polonia e il gruppo inglese Snap-On

Presentato un prototipo di auto da corsa nell'ambito di un accordo sul mercato delle quattro ruote

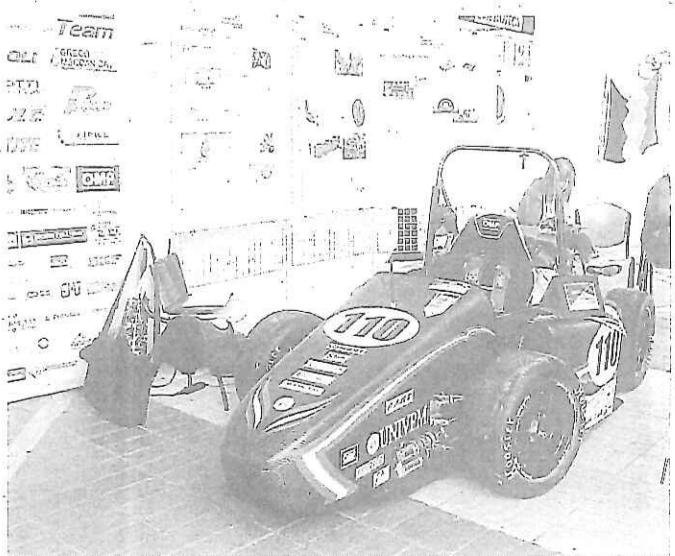
Business Solutions. I risultati della ricerca sono stati presentati durante un convegno promosso alla Facoltà di Economia di Ancona in questi giorni, a cui hanno preso parte anche la Facoltà di Ingegneria, rappresentata dal preside, il professor Dario Amodio, e i partner internazionali dell'iniziativa.

La ricerca era volta a indivi-

duare, con il coinvolgimento degli studenti dell'Università Politecnica e delle altre università estere partecipanti, le nuove competenze che vengono richieste al settore dell'automotive; al contempo si è cercato di capire quali devono essere le nuove abilità professionali da sviluppare in ambito universitario per preparare i giovani ad entrare nel mondo del com-

mercio dei veicoli a due e quattro ruote. A spiegare l'esito dell'indagine il professor Gianluca Gregori, prorettore della Politecnica, il preside della Facoltà di Economia, Francesco Maria Chelli e il responsabile del progetto, il professor Christian Stadelmann della University of Applied Sciences Upper, assieme ai rappresentanti dei vari partner coinvolti. "Al convegno, ide-

ato anche in memoria del professor Volpato, docente di italiano esperto di industria automobilistica - ha detto Gregori - abbiamo spiegato come oggi la figura del concessionario, o dealer, stia mutando rapidamente: deve prestare sempre più attenzione - ha continuato Gregori - a elementi come l'aftermarket, ossia il momento successivo alla vendita, un tempo



Il prototipo dell'auto da corsa realizzato alla Politecnica