

Studentii din asociatia PRIME România anunță cea de-a șaptea ediție a Congresului Național al Studenților la Comunicare, eveniment organizat cu sprijinul Ministerului Culturii și Patrimoniului Național și al Muzeului Național Cotroceni

Filiala din România a asociației europene a studenților la Relații Publice și Comunicare pregătește o nouă ediție a unui eveniment național ce-i reunește pe tinerii din toată țara, interesați de domeniul comunicării: CNSC 2010 deschide paginile PR-ului cultural, într-o ediție revizuită și comentată

București, 19 aprilie 2010. Asociația de studenți la relații publice și comunicare PRIME România organizează, în perioada 22-24 aprilie, ediția a șaptea a Congresului Național al Studenților la Comunicare, ce va avea ca titlu „**PR cultural: ediție revizuită și comentată**”. Structura evenimentului cuprinde două etape: cea dintâi este alcătuită din două zile de conferințe și studii de caz, desfășurate la Muzeul Național Cotroceni. Evenimentul se încheie cu o zi dedicată workshop-urilor, ce vor fi susținute la Colegiul Național Gheorghe Lazăr din București.

Fiecare conferință tratează câte un aspect individual, de actualitate, al PR-ului cultural, urmărind atât clarificarea unei serii de noțiuni teoretice, cât și analizarea implicațiilor practice ale acestora. Studiile de caz vor permite studenților prezenți aprofundarea cunoștințelor acumulate, prin intermediul unor exemple concrete de practică profesională. Au fost alese în acest scop două campanii de comunicare duse pentru promovarea unor produse culturale. Astfel, acțiunea inițiată și condusă de Muzeul Național Cotroceni pentru pictorul Cătălin Ionuț Florea va alcătui studiul de caz din data de 22 aprilie. Cea de-a doua zi a congresului va fi încheiată de organizatorii festivalului de la Gărâna, ce vor vorbi, în cadrul celui de-al doilea studiu de caz al evenimentului, despre ce înseamnă organizarea unuia dintre cele mai de succes festivaluri din țară. Nu în ultimul rând, workshop-urile, organizate de 7 agenții, printre care Griffon & Swans, Rusu + Borțun Brand Growers sau Cameleon PR & Events, vor viza punerea în aplicare a cunoștințelor dobândite în cadrul dezbaterilor.

“CNSC a fost dintotdeauna un eveniment important pentru studenții din întreaga țară. Supunând mereu atenției teme actuale, congresul aduce laolaltă specialiști ai domeniului comunicării, iar provocările lansate de studenți nasc întotdeauna dezbateri interesante. Mai mult, ziua finală, destinată workshop-urilor, dă tuturor participanților ocazia de a interacționa cu profesioniști și de a demonstra abilități practice de comunicare”, declară organizatorii acestei ediții.

Prima zi a congresului se deschide cu o conferință introductivă: „PR-ul cultural: Prefață”. Invitați precum Andrei Găitanaru de la Ministerul Culturii, Dumitru Borțun, membru

fondator ARRP (Asociația Română a Profesioniștilor în Relații Publice) etc, alături de moderatorul Răduț Bîlbîe, profesor la Facultatea de Litere a Universității din București, vor evidenția caracteristicile acestei ramuri a relațiilor publice, plasând un accent deosebit asupra modului în care ea este practică în țara noastră; nu în ultimul rând, ei vor aduce în discuție rolul evenimentelor culturale (festivaluri, expoziții) în afirmarea identității naționale.

Cea de-a doua conferință, „Ambasadori culturali dincolo de granițe”, deplasează centrul de interes al dezbaterilor către aria comunicării internaționale. Participanții la congres vor afla mai multe despre modul în care cultura, purtător al tradițiilor și al viziunii despre lume, poate acționa ca liant între națiuni și poate ajuta la înțelegerea mai bună a Celuilalt.

Prima conferință din cea de-a doua zi a congresului îi va provoca pe studenți să arunce „O privire critică asupra mecenatului corporatist”. În spatele titlului ce face referire la o practică născută în Antichitate stă o tendință extrem de actuală, constând în frecvența tot mai mare a parteneriatelor dintre corporații și instituții culturale. În cadrul conferinței, invitații vor încerca să descopere premisele și condițiile de funcționare ale acestor asocieri, luând în calcul, totodată, problemele de ordin etic care pot însoți alăturarea dintre cultură și mediul de afaceri.

Ultima conferință a evenimentului aduce în prim-plan o întrebare care, în diverse formulări, este adresată tot mai frecvent: „Serviți cultura? Un meniu scris de PR și marketing”. Care este relația dintre termenii binomului PR-marketing? Până în ce punct se întrepătrund cele două domenii? Asistăm, în prezent, la un proces de comercializare a culturii? Acestea sunt doar câteva dintre aspectele pe care invitații doresc să le abordeze în această a patra conferință din cadrul CNSC 2010.

„Conceptul congresului din acest an a pornit de la constatarea faptului că, într-o eră a vitezei, peisajul cultural se află și el în continuă schimbare; în acest proces, PR-ul a devenit unul dintre actorii principali. Este important să înțelegem ce modificări de perspectivă derivă din această nouă situație, ce oportunități deschide ea și ce dificultăți pot apărea”, încheie organizatorii evenimentului.

Congresul Național al Studenților la Comunicare, ediția 2010, este susținut de partenerii oficiali Mercury 360 și Pizza Hut, alături de ceainăria Cărturești, Humanitas, Blogway, Școala de teatru Q-Feel, Nescafé, Tymbark, La Fântâna, Syscom Digital, Nikon, Fundația Noi Citim, transfer.ro.

Alături de aceștia, în CNSC 2010 au fost implicați partenerii media: Academia Cașavencu, Observator Cultural, Studlife, Zile și nopți, Radio 3Net, 9am, Andrei Ruse, ApPRentice, Bizcampus, Calendarevenimente, Dordeducă, Evenimente studentești, Fabrica de literatură, Hipo, Iqads Kadett, Lume bună, Metropotam, PR Progress, Start UB, Studentie.ro.

Notă către editori:

Mai multe detalii despre congresul de anul acesta se regăsesc pe site-ul oficial al evenimentului, www.cnscepweb.ro.

Despre CNSC

Congresul Național al Studenților la Comunicare, ajuns în 2010 la cea de-a șaptea ediție, este unul dintre evenimentele cu tradiție ale PRIME România. Printre temele abordate în anii trecuți în congres s-au numărat „Domeniile comunicării”, „Mass media vs. PR”, „Făurit în România”, „Comunicarea de criză”, „Responsabilitatea socială corporatistă” și „Media digitală”. În fiecare an, CNSC atrage aproximativ 250 de studenți din toată țara.

Despre PRIME România

PRIME România este singura asociație studențească de relații publice și comunicare din România. Organizația are ca obiectiv principal facilitarea unei legături între teorie și practică, între studenți și profesioniștii din acest domeniu.

Asociația studențească **PRIME România** este parte din asociația europeană PRIME Europe. PRIME Europe se bucură, în prezent, de colaborarea a 600 membri din 16 țări și 8 țări candidate.

PRIME România are sediul principal în București, iar recent și-a dezvoltat 3 filiale în: Timișoara, Iași și Cluj.

Despre PRIME Europe

Organizația PRIME Europe, asociația europeană a studenților la relații publice și comunicare, este compusă din 16 filiale: Austria, Belgia, Estonia, Finlanda, Germania, Italia, Letonia, Marea Britanie, Olanda, Polonia, Portugalia, România, Rusia, Slovenia, Suedia și Ungaria.