

Spotkanie z zawodem Specjalista ds. PR

Katowice, 20. październik 2011 r.

Agenda spotkania

- Poznajmy się ...
- Public Relations ... a co to?
- Public Relations w praktyce
- Specjalista ds. PR
 - Praca w firmie czy w Agencji PR?
 - Zarobki brutto ...
 - Podwórko krajowe ...
 - Podwórko regionalne ...
 - Proza życia ...
- Podsumowanie
- Zakończenie

Poznajmy się ...

PRIME

PUBLIC RELATIONS



Marcin Tutaj

*... od 2003 roku prowadzi działania komunikacyjne i public relations
(20.10.2011 r.) ... (a jak to się zaczęło?)*

Public Relations ... a co to?



Public Relations

Public Relations ... a co to?

Czym w takim razie jest PR?

Oczywiście PR to nie jest głównie tworzenie pewnego szerszego, spójnego wizerunku, przesłania i systematyczna praca by ten wizerunek był podtrzymywany i w pożądanym sposób przez wyborców odbierany. To trudne zadanie. Sprawy aparycji nie są tutaj najistotniejsze. Pierwszorzędne jest tworzenie wizji pewnej osoby. To trzeba wspomnieć o „czarnym pijarze” stosowanym bardzo szeroko wobec prawicy. Film „Dramat w trzech aktach” sugerujący mój i mojego Brata związek z FOZZ czyli absurd- również dobrze można by oskarżyć o to Panią- ale taka metoda przyniosła pewne efekty.



2011-09-20 20:42:54, aktualizacja: 2011-09-20 22:46:39

Prezydent Bronisław Komorowski zapowiedział w wywiadzie dla PAP, że powierzając misję tworzenia rządu będzie się kierował zarówno wynikiem wyborczym, jak i realną zdolnością koalicyjną danego ugrupowania.

Jak podkreślił prezydent, jest krytyczny wobec kampanii prowadzonej "w oparciu o sztuczki PR-owskie" lub "czyste emocje".

Wizerunek w firmie i jego znaczenie

Każdy z nas wie jak istotny jest obraz w korporacji, jego odbieranie przez media jak również dobre stworzenie ulotek i reklam, toteż zwykle w każdej firmie bywa właściwy dział, który bywa sumienny za reklamę oraz propagowanie firmy z zewnątrz.

Jeżeli tego rodzaju działu w firmie nie ma, zazwyczaj wynajmowana bywa agencja pr, dzięki której ten wizerunek bywa prawidłowo przedstawiany oraz tworzony. Reklama firmy to nie tylko pospolite ulotki czy adresy, to nawet nie plakaty promocyjne. Prawidłowa promocja firmy to również gazetki reklamowe, oraz artykuły w gazetce o działalności i funkcjonowaniu danej korporacji. Każda agencja pr doskonale zdaje sobie sprawę jak zająć się tego typu promocją, dlatego warto dać jej swoją działalność gospodarczą, a zapewne wizerunek będzie lepszy i wyjątkowo widoczny w mediach.

Od komunikacji marketingowej do public relations ...



Public Relations ... a co to?



Public Relations ... a co to?

- **Polska Klasyfikacja Działalności:**
*Stosunki międzyludzkie (public relations)
i komunikacja społeczna*
- **Public Relations wg książek:**
 - Relacje z mediami (współpraca informacyjna z dziennikarzami)
 - E-PR (public relations w Internecie)
 - Wydarzenia specjalne
 - Komunikacja wewnętrzna
 - Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi
 - ... inne działania (lobbying, sponsoring, CRS ...)

Public Relations ... w praktyce



Specjalista ds. PR



Praca w Agencji PR
Asystent / Samodzielny
Specjalista ds. PR

Praca w Firmie
Samodzielne stanowisko /
Stanowisko w ramach zespołu



Specjalista ds. PR (Praca w firmie ...)

Specjalista ds. PR

Miejsce pracy: Rybnik

Zakres zadań:

- obsługa PR firmy znajdującej się na New Connect,
- organizacja uczestnictwa na konferencjach, obsługa patronatów,
- pozyskiwanie i realizowanie umów barterowych,
- realizowanie zadań zdefiniowanych w otrzymanej strategii komunikacji firmy,
- współpraca i nawiązywanie relacji z dziennikarzami - zadbanie o to, aby mówiło się o nas dużo i głośno,
- ePR – szczególny nacisk na wykorzystanie najnowszych internetowych narzędzi budowania wizerunku (social media, video itp.),
- pomoc i doradztwo z zakresu komunikacji wewnętrznej przy realizowanych projektach w ramach organizacji, zapewniając spójność ze strategią firmy,
- prowadzenie komunikacji wewnętrznej w firmie.

Wymagania:

- wykształcenie wyższe (preferowane kierunki: marketing, PR, humanistyczne),
- minimum roczne doświadczenie na samodzielnym stanowisku specjalisty ds. PR, dodatkowym atutem będzie praktyka w spółkach notowanych na GPW ,
- praktyczna wiedza z obszaru ePR i wykorzystywania jego narzędzi (blogi, Facebook, Blip, fora dyskusyjne itp.),
- bardzo mile widziane: wypracowane kontakty z mediami branży marketingowej i interaktywnej,
- lekkie pióro, łatwość pisania,
- kreatywność i dyspozycyjność,
- umiejętności prezentacyjne, łatwość nawiązywania kontaktów,
- poczucie humoru! :)

Specjalista ds. PR (Agencja PR)

- **Oczekiwania**

- Podstawowa, praktyczna znajomość działań z zakresu public relations i komunikacji (np. udział w projektach realizowanych samodzielnie i/lub przez organizacje studenckie, organizacje pozarządowe, itp.) – mile widziana dokumentacja z działań i ich efektów
- Umiejętność wyszukiwania i analizy informacji (wykorzystanie sieci Internet, analiza informacji pochodzących z mediów i innych źródeł zewnętrznych)
- Doskonała znajomość języka polskiego – swoboda wypowiedzi ustnej i pisemnej tzw. „lekkie pióro” – znajomość języka obcego będzie dodatkowym atutem
- Otwartość i umiejętność nawiązywania kontaktów i rozwijania relacji społecznych
- Odporność na stres i umiejętność samodzielnego rozwiązywania problemów
- Pomysłowość, kreatywność i inicjatywa w działaniu

Specjalista ds. PR (Agencja PR)

- **Zakres działań**
 - Wyszukiwanie i analiza informacji z zadanych tematów – w tym prezentacja pozyskanych informacji
 - Nawiązywanie kontaktów i prowadzenie współpracy z firmami, instytucjami i osobami zaangażowanymi w realizację działań Public Relations i komunikacyjnych (m.in. dostawcy usług i produktów promocyjnych, agencje reklamowe, przedstawiciele instytucji samorządowych i publicznych itp.)
 - Opracowywanie list kontaktowych m.in. dziennikarzy, przedstawicieli firm i instytucji itp.
 - Opracowywanie wybranych materiałów informacyjnych (m.in. opisy produktów/wydarzeń, poradniki, wywiady itp.)
 - Dokumentacja efektów działań Public Relations i komunikacyjnych (m.in. gromadzenie i analiza publikacji w mediach, wykonywanie dokumentacji zdjęciowej)
 - Bezpośrednie wsparcie działań dla klientów (m.in. współpraca z mediami (dziennikarzami), zarządzanie treścią stron WWW, aktywność w mediach społecznych itp.), organizacja i realizacja wydarzeń specjalnych)

Specjalista ds. PR

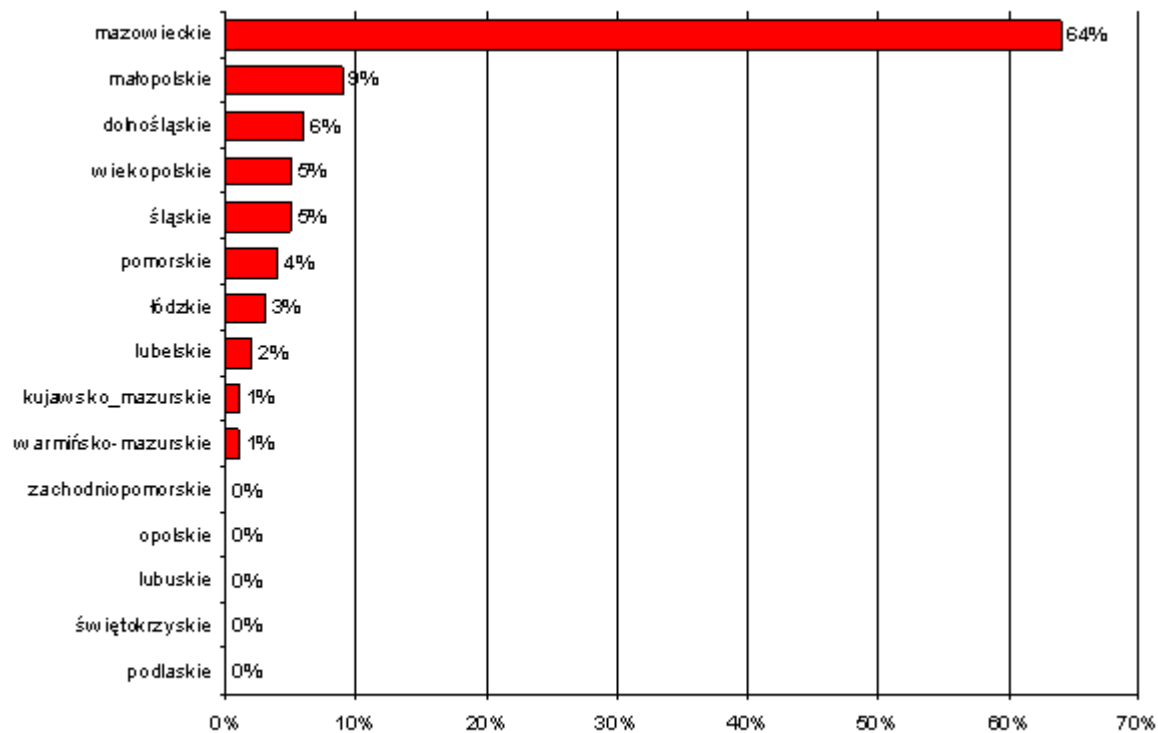
Zarobki brutto ...



Specjalista ds. PR

Zarobki brutto ... 2009 r.

Kto wziął udział w badaniu - województwa



Źródło: PRoto.pl

Specjalista ds. PR

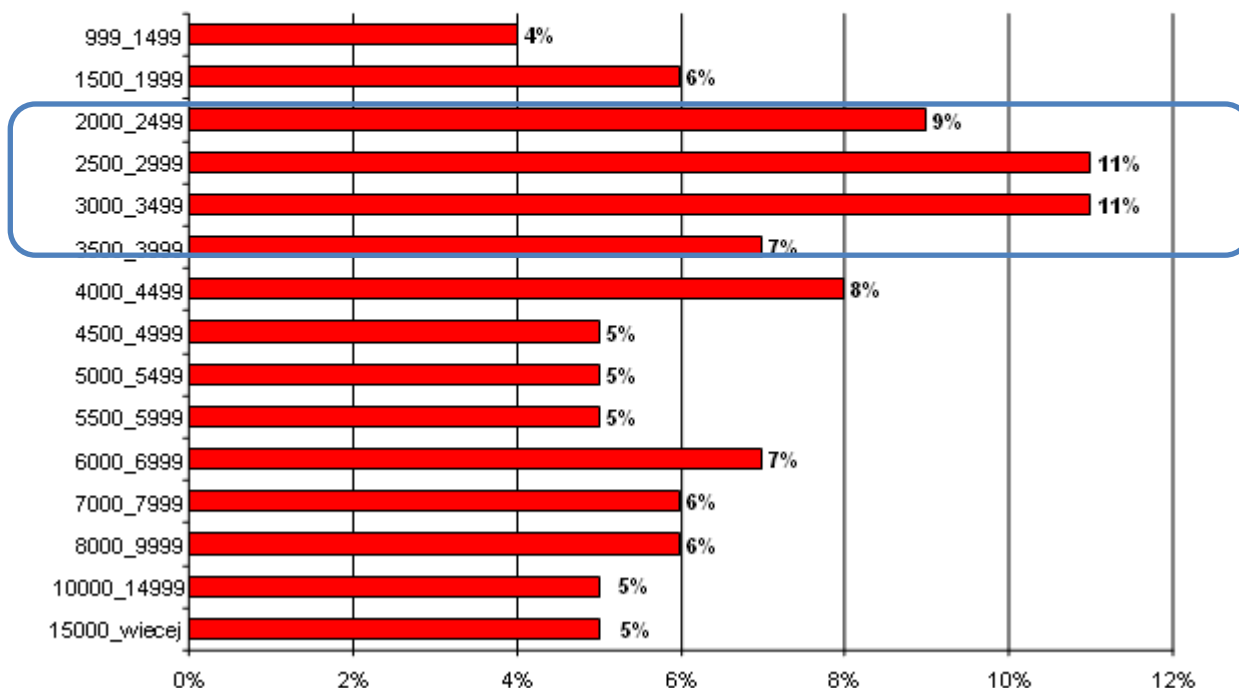
Zarobki brutto ... 2009 r.

PODSUMOWANIE OTRZYMANYCH DANYCH

41 proc. respondentów zarabia w najniższym przedziale od 999 zł do 3499 zł. To aż o 7 proc. więcej niż w ubiegłym roku. Obecnie wskaźnik ten kształtuje się na poziomie sprzed trzech lat. Mniej było osób, które zarabiają w przedziale od 3500 do 6999. W ubiegłym roku było to 42 proc. ankietowanych, w tym zaś jedynie 37 proc. Najwyższy segment płacowy od 2006 roku notuje jedynie kosmetyczne zmiany. W 2009 rok odsetek osób, które zarabiają więcej niż 7 tys. zł spadł o 2 proc.

Wykres 1.

Wysokość zarobków 2009 rok (ogółem)



Zródło: PRoto.pl

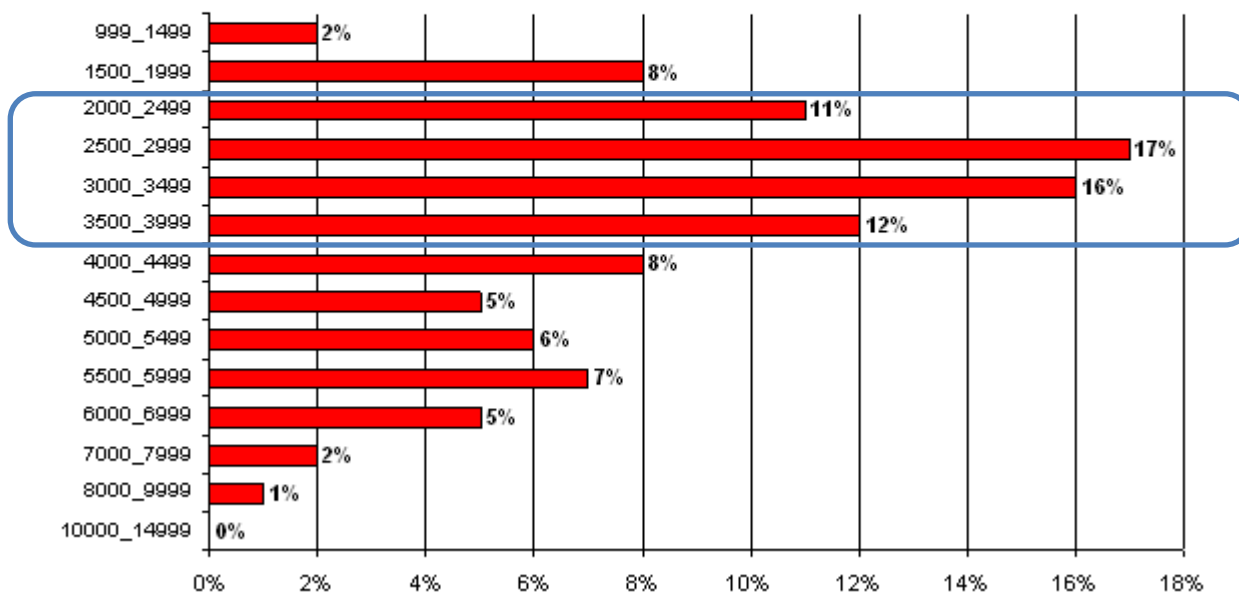
Specjalista ds. PR

Zarobki brutto ... 2009 r.

30 proc. respondentów na stanowiskach specjalistów i starszych specjalistów zadeklarowało, że zarabia w przedziale od 3000 do 4499 zł. (to najczęściej wybierane przedziały podobnie jak rok wcześniej). Jednak w porównaniu z rokiem ubiegłym wskaźnik ten spadł o 5 proc. Warto zauważyć, że odsetek ankietowanych zarabiających od 4,5 tys. zł do 5499 wzrósł o 2 proc. (z 15 do 17 proc.), a zarabiających powyżej 5,5 tys. zł o 1 proc. (z 20 do 21 proc.). Z 30 do 32 proc. zwiększył się procent respondentów w najmniejszym przedziale dochodów.

Wykres 6.

Wysokość zarobków (specjalista)

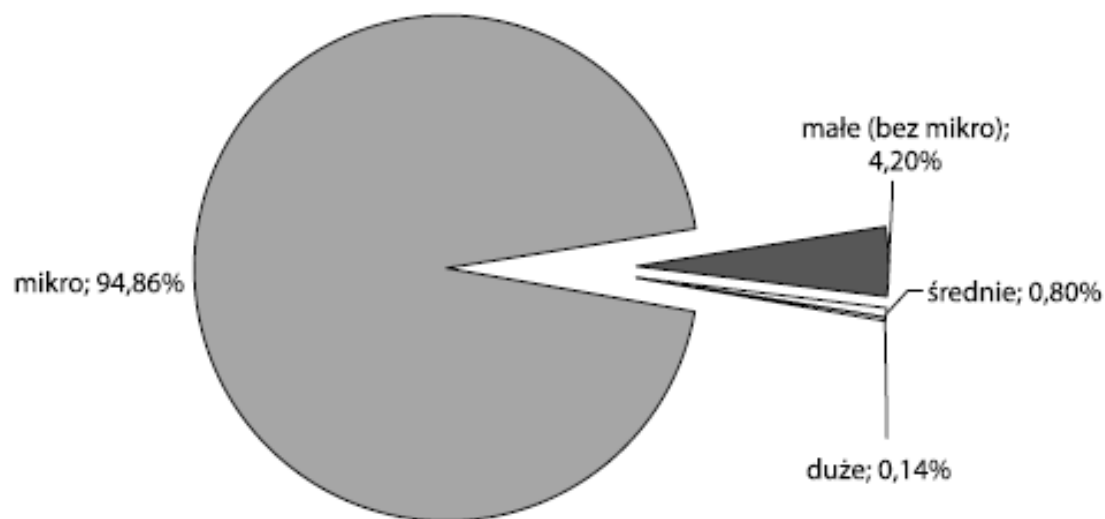


Źródło: PRoto.pl

Specjalista ds. PR Podwórko krajowe ...

czyli Diabeł tkwi w szczegółach ...

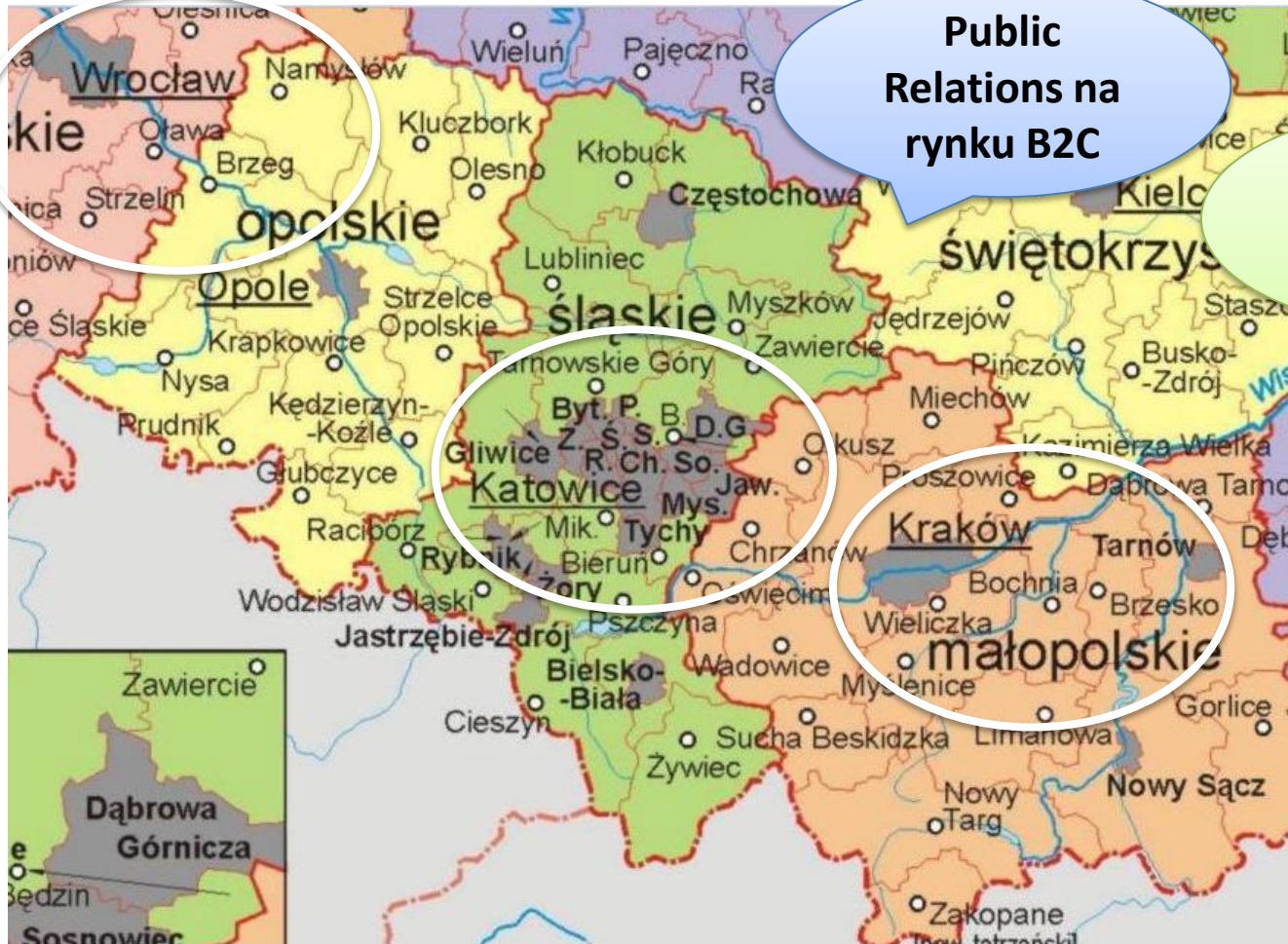
Wykres 2.3. Struktura sektora przedsiębiorstw w Polsce w 2007 roku (REGON)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Specjalista ds. PR

Podwórko regionalne ...



Public Relations na rynku B2C

Public Relations na rynku B2B

Specjalista ds. PR

Proza życia ...

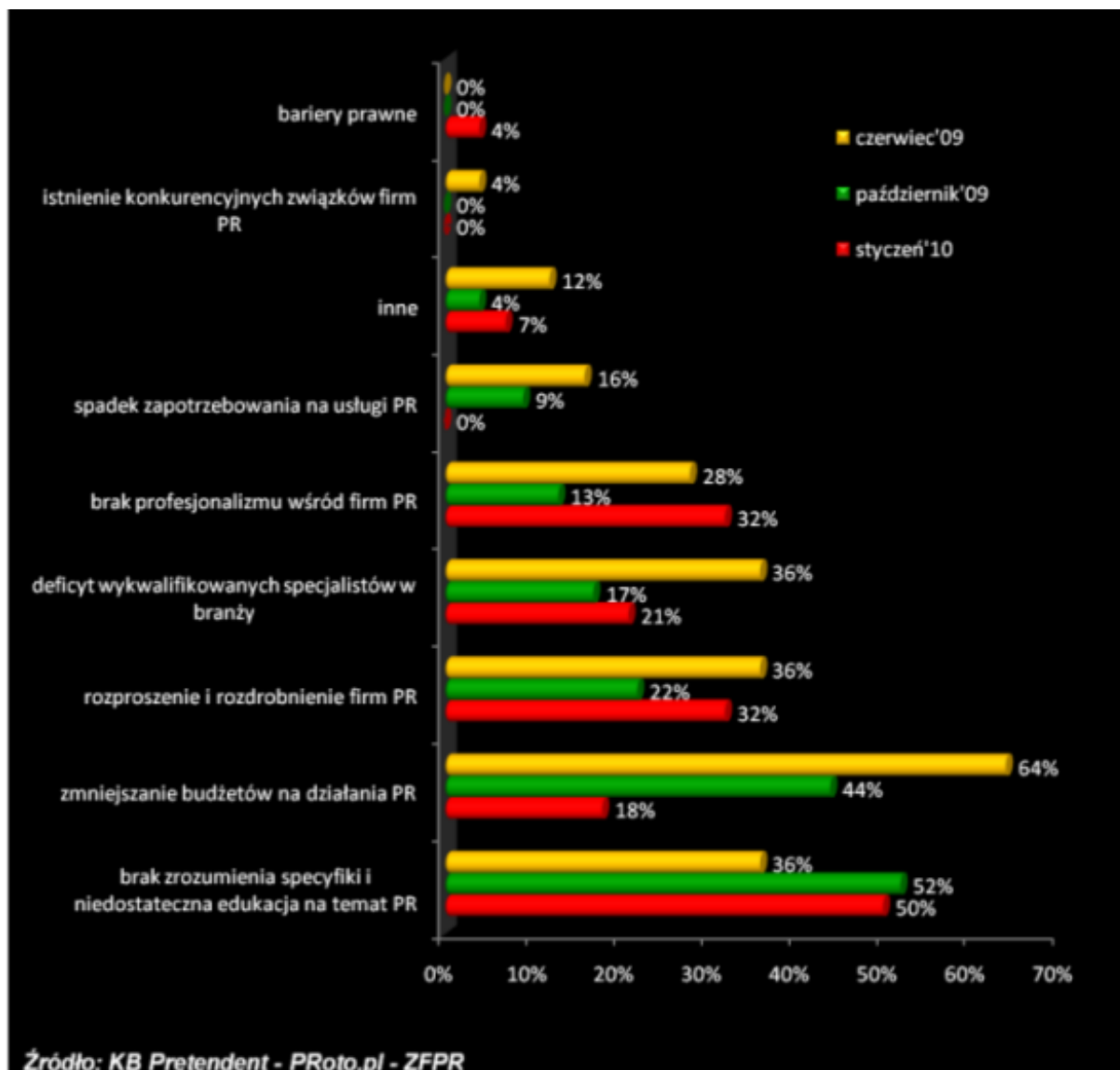


Rzeczywistość ... czyli jak się
pracuje w PRze

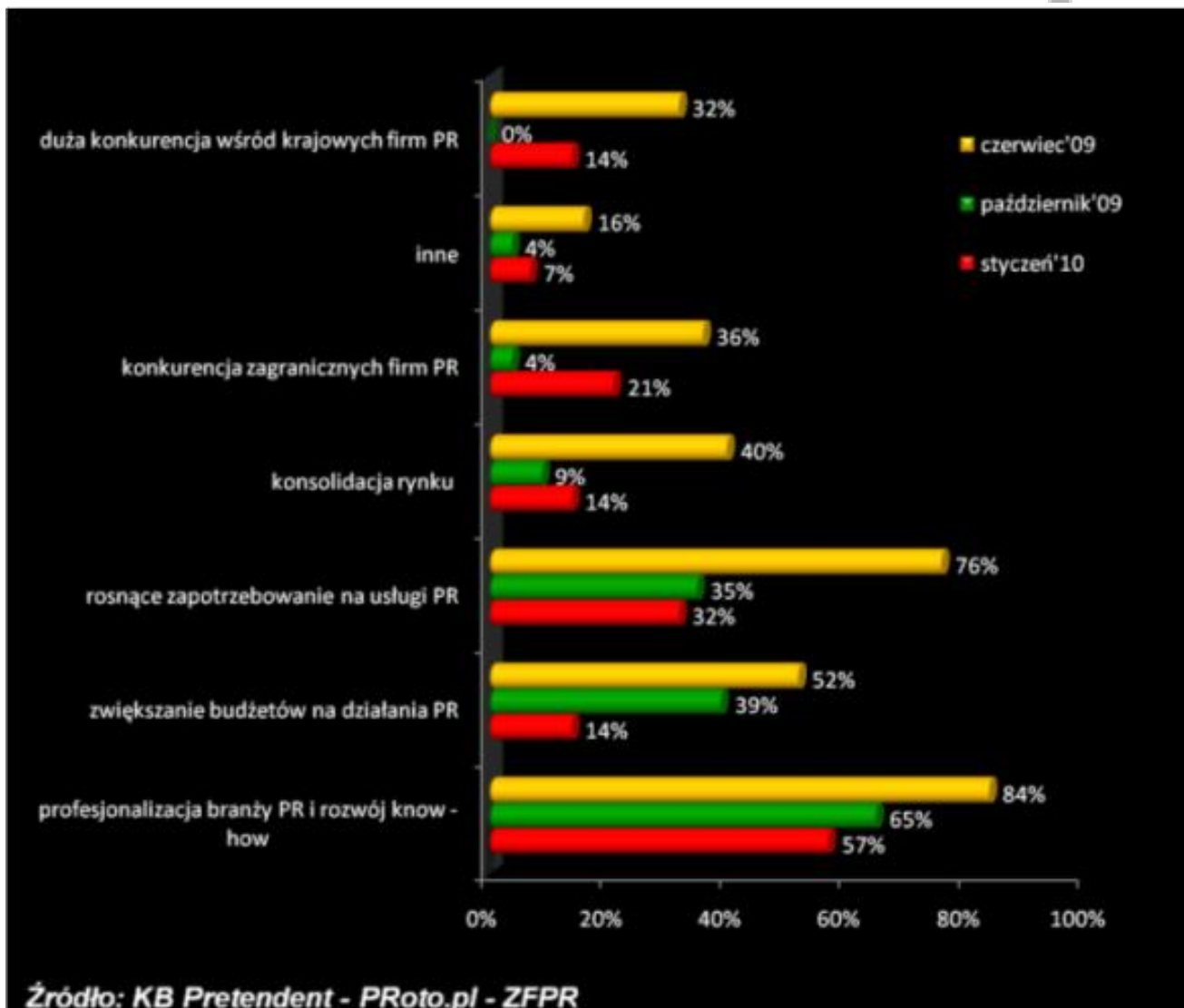
Zagrożenia i pułapki ...



Podsumowanie



Podsumowanie



Źródło: KB Pretendent - PProto.pl - ZFPR

Podsumowanie

- PR i Reklama



Studia realizowane są w ramach projektu: „Program rozwojowy WSZMIJO - Dydaktyka i Praktyka Kluczem do Przyszłości” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. www.efs.gov.pl



Wydział Ekonomiczno-Inżynieryjny
Kierunek: Zarządzanie, specjalność: Reklama i PR
stacjonarne (dzienne) 6 semestrów



Zakończenie

Dziękuję za uwagę

