



Lavorare nelle pubbliche relazioni

Lavorare nelle *public relations* vuol dire essenzialmente gestire la "reputazione" pubblica di un'azienda costruendo e veicolando un'immagine positiva avvalendosi di uno staff interno o tramite consulenti esterni; questa professione ha a che fare anche con svariati altri aspetti come per esempio saper gestire pubblicamente una delicata questione sociale o politica, riposizionare il *brand* di un'azienda o produrre pubblicazioni. Uno dei ruoli chiave di un'agenzia di pubbliche relazioni è identificare, tramite ricerche di mercato, i potenziali clienti di un prodotto e servizio e stabilire come raggiungerli tramite campagne di comunicazione e marketing mirato.

Il settore delle PR è dinamico e con previsioni di crescita. I ruoli e i compiti sono vari e stimolanti e una carriera nelle PR può includere lavori in differenti settori come la finanza, la farmaceutica o il terzo settore.

Nel mondo delle PR è fondamentale saper scrivere un mirato comunicato stampa da inviare ai media che potrebbero diffonderne il contenuto. E' necessario sapere scrivere in stili differenti e con svariate tecnologie come tweets e blogs. La professione implica organizzare conferenze stampa, rispondere alle richieste telefoniche dei giornalisti, fare il portavoce per conto di aziende, enti o personaggi pubblici.

I social media rivestono un ruolo fondamentale all'interno delle PR e rappresentano anche una sfida per i PR managers in quanto social network come Facebook, Twitter o Instagram possono sfuggire al controllo completo di aziende e venditori.

Nel settore delle PR un'altra attività in crescita è la comunicazione interna alle organizzazioni per tenere informati lo staff interno e gli *stakeholders* sugli sviluppi aziendali.

1. Che tipo di lavoro offre?

Vi sono svariate aree dove i professionisti delle pubbliche relazioni possono lavorare:

- in azienda, all'interno dell'area comunicazione;
- organizzazioni pubbliche o no-profit;
- in agenzie di pubbliche relazioni, al servizio delle aziende clienti;
- sedi centrali di informazione.

La libera professione rappresenta un altro sbocco, anche se il mercato richiede una professionalità maturata nel tempo prima di riconoscere opportunità significative.

All'interno del settore è divenuto sempre più importante scegliere un'area di specializzazione (es. ambito commerciale, finanza, affari pubblici ect...) all'interno della quale poi è possibile focalizzarsi su un settore specifico come per esempio la moda, l'istruzione, i media, l'immobiliare, la salute ed altro.

2. Requisiti

- buone capacità di relazione interpersonale e saper interagire correttamente con persone provenienti da background differenti;
- elevate doti comunicative sia scritte che orali;
- abilità organizzative, saper scegliere le priorità;
- essere curiosi ed interessati alle novità, in particolare agli sviluppi socio-politici ed economici che potrebbero avere un impatto per i clienti;
- avere capacità di risoluzione dei problemi e di proporre soluzioni creative;
- interesse ed abilità a lavorare con mezzi digitali e i social media;
- flessibilità, adattabilità e capacità di reagire con prontezza.

3. Come muovere i primi passi

Quello delle PR è un settore molto competitivo e la competenza e la volontà di imparare sono molto importanti.

I giovani laureati possono muovere i primi passi all'interno del settore attraverso stage come account executive o assistente in uffici stampa, agenzie di comunicazione e pubbliche relazioni. Solitamente sono reclutate persone con un background in giornalismo, marketing e comunicazione. E' molto importante dimostrare di essere interessati e determinati a voler entrare nel settore; a tal fine è utile poter dimostrare di aver avuto anche piccole

SERVIZIO ORIENTAMENTO

Telefono +39 075 5746294-295-296-325

Fax +39 075 5746295

E-mail: stageplacement@unistrapg.it

Aggiornamento: marzo 2020

Redattore: Sabina Pattuglia



esperienze collezionate in questo ambito: per esempio scrivendo nei giornalini universitari, partecipando all'organizzazione di eventi del proprio Ateneo o a raccolte fondi.

Inoltre è importante avvicinarsi al mondo delle PR:

- consultando riviste di settore;
- cercando di parlare con persone che già lavorano come PR e costituire un proprio network, anche tramite social network professionali come LinkedIn ed intervenendo in blogs;
- partecipare a fiere di settore.

4. Riferimenti utili

Associazioni di categoria

www.assorel.it

ASSOREL - Associazione agenzie di Relazioni Pubbliche a servizio completo
Piazza Piola, 5 - 20131 Milano - Tel. 02-70100704 - Fax 02-70105414

www.ferpi.it

FERPI - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana
Via Lentasio, 7 - 20122 Milano - Tel. 02-58312455 - Fax 02-58313321

Giornali e riviste

ADV Advertiser – www.advertiser.it

Mensile di management e comunicazione d'impresa (10 numeri all'anno). La rivista si occupa di marketing, comunicazione, sales promotion, incentive, direct marketing, media, relazioni pubbliche, internet.

Centro di Documentazione Giornalistica – www.cdgweb.it

Periodico semestrale che riporta oltre 200.000 riferimenti di giornalisti, professionisti della comunicazione e del marketing delle pubbliche relazioni.

Piazza di Pietra, 31 – 00186 Roma – Tel. 06-6798148 – Fax 06-6791496

Offerte di lavoro/stage: area "Lavora con noi"

Atlante della Comunicazione Italiana – www.comunicazioneitaliana.it

La guida contiene le storie professionali, i riferimenti diretti, le foto dei professionisti e dei decision maker del marketing e degli opinion leader, della comunicazione e delle relazioni pubbliche sia del mondo delle imprese sia del mondo pubblico-istituzionale.

Via Alessandro Trotter, 3 – 00156 Roma – Tel. 06-83549986 – Fax 06-83549987

Media Key – www.mediakey.it

Mensile (11 numeri all'anno e 2 speciali). Rivista di comunicazione, media, marketing, new media.

Offerte di lavoro/stage: area "Job opportunities"

Pubblicità Italia Today – www.pubblicitaitalia.it

Giornaliero o mensile in abbonamento. La rivista contiene news, analisi, interviste, sondaggi relativi al mondo della pubblicità, del marketing e dei media.

Via Arcivescovo Romili, 20/8 – 20139 Milano – Tel. 02-5220371 – Fax 02-55213037

SERVIZIO ORIENTAMENTO

Telefono +39 075 5746294-295-296-325

Fax +39 075 5746295

E-mail: stageplacement@unistrapg.it

Aggiornamento: marzo 2020

Redattore: Sabina Pattuglia



Pubblico – www.pubblico-online.it

Settimanale della pubblicità, del marketing, della comunicazione integrata. La testata è articolata in sezioni: creatività e marketing, media e multimedia, digital, azienda, work wide

PR Week – www.prweek.co.uk

La rivista inglese riconosciuta come il principale organo d'informazione del mondo delle relazioni pubbliche.

Offerte di lavoro/stage: area "Job"

Altri riferimenti

www.lavoricreativi.com

Portale di informazione sulla comunicazione con **ricchissima bacheca con offerte di lavoro e stage.**

www.comunicazioneitaliana.it

Business SocialMedia nel settore della comunicazione.

5. Altre risorse

- **Twitter** è una risorsa veloce ed efficace per incrementare le proprie conoscenze riguardanti il settore delle pubbliche relazioni.
- **LinkedIn** è un social network che rende possibile il contatto tra aziende e possibili candidati. Vi sono molti gruppi di discussione che trattano la comunicazione e le sue varie forme. Tramite esso vengono spesso veicolate offerte di lavoro.