

## Kształcenie:

### Uniwersytet Łódzki

ul. Prezydenta Gabriela Narutowicza 65,  
90-131 Łódź

tel. 42 635 40 00,

fax. 42 665 57 71,

[www.uni.lodz.pl](http://www.uni.lodz.pl)

[rekrutacja@uni.lodz.pl](mailto:rekrutacja@uni.lodz.pl)

**Kierunek:** Dziennikarstwo i komunikacja społeczna - studia licencjackie (I stopnia) i jednolite magisterskie

### Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi

ul. Rewolucji 1905 r. nr 64, 90-222 Łódź

tel. 42 631 58 00, 631 58 01

[uczelnia@ahelodz.pl](mailto:uczelnia@ahelodz.pl)

<http://www.ahelodz.pl/akademia/kontakt>

**Kierunek:** Dziennikarstwo i komunikacja społeczna; **specjalności:** Komunikacja wizerunkowa i public relations lub Socjologia mediów i public relations -studia licencjackie (I stopnia)

### Wyższa Szkoła Studiów Międzynarodowych w Łodzi

ul. Brzozowa 3/9, 93-101 Łódź,

tel. 42 684 14 74, 689 72 10, fax: 42 6897213

[dziekanat@wssm.edu.pl](mailto:dziekanat@wssm.edu.pl)

<http://www.wssm.edu.pl>

**Kierunek** – Stosunki międzynarodowe;

**specjalność** Dziennikarstwo

- studia licencjackie (I stopnia) i magisterskie (II stopnia)

Więcej informacji  
o zawodzie znajdziesz w :

### Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej w Łodzi:

ul. Wólczańska 49 90-608 Łódź

tel. 42 60 30 225, 60 30 273

oraz oddziałach:

#### w Piotrkowie Trybunalskim:

ul. Starowarszawska 4, 97-300 Piotrków Tryb.

tel. 42 60 30 225, 60 30 273

#### w Sieradzu:

ul. 3 Maja 7, 98-200 Sieradz

tel. 43 822 81 84, 822 81 86

#### w Skierniewicach:

ul. Jagiellońska 28, 96-100 Skierniewice

tel. 46 833 39 74, 833 36 50



Wojewódzki Urząd  
Pracy w Łodzi



## Informacja o zawodzie Specjalista do spraw public relations

Klasyfikacja Zawodów i Specjalności 243203



Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi  
Centrum Informacji  
i Planowania Kariery Zawodowej

Łódź 2014

**Specjalista ds. Public Relations** (*ang. stosunki społeczne, publiczne*) to osoba, która podejmuje i koordynuje działania na rzecz kształtowania opinii publicznej w imieniu i na rzecz instytucji, przedsiębiorstwa, organizacji, co ma zapewnić sukces w osiągnięciu założonych celów, np. ekonomicznych, politycznych czy społecznych.

### **Zadania zawodowe:**

- przygotowywanie informacji dla mediów, organizowanie konferencji prasowych, aranżowanie wywiadów, tworzenie dobrej opinii o firmie wśród przedstawicieli mediów;
- przygotowywanie i redagowanie narzędzi komunikowania i informowania pracowników, organizowanie imprez integracyjnych i okolicznościowych dla pracowników, dbanie o pozytywny wizerunek przedsiębiorstwa wśród jego złogi;
- przygotowywanie i redagowanie firmowych wydawnictw: tradycyjnych, tj.: broszury, foldery, albumy, kalendarze oraz nietradycyjnych, takich jak; strona internetowa, spoty, filmy itp.
- doradzanie kierownictwu: przede wszystkim w zakresie strategii rozwoju firmy, polityki wizerunkowej, polityki komunikacyjnej z ważnymi grupami odbiorców (w tym także z pracownikami), przygotowywania wystąpień zarządu itp.;
- komunikowanie się z bezpośrednim otoczeniem firmy, działalność prospołeczna,

działalność charytatywna, inicjowanie i koordynowanie akcji zaangażowania firmy w poprawę sytuacji społeczności lokalnej, organizowanie drzwi otwartych, wystaw;

- Budowanie dobrych relacji i komunikacji z inwestorami, akcjonariuszami, władzami lokalnymi, dostawcami, organizacjami konsumenckimi, organizacjami pozarządowymi;
- działania na rzecz budowania korzystnego wizerunku wśród klientów: działania promocyjne wobec obecnych i potencjalnych klientów, programy lojalnościowe;
- badanie opinii publicznej: analiza i interpretacja danych pod kątem obecnych i potencjalnych szans i zagrożeń dla firmy.

### **Warunki podjęcia pracy w zawodzie:**

Aby podjąć pracę w zawodzie należy legitymować się wykształceniem wyższym; wskazane kierunki to: dziennikarstwo, zarządzanie, politologia, ekonomia; preferowane specjalizacje to: Public Relations, Handel i marketing, Komunikacja marketingowa, Komunikacja społeczna. Jest to branża, w której w większym stopniu niż wykształcenie kierunkowe liczą się cechy osobowości. Od kandydatów do pracy wymagana jest również umiejętność obsługi komputera i dobra znajomość co najmniej jednego j. obcego.

### **Wymagania psychofizyczne:**

- umiejętność nawiązywania kontaktów,
- zdolności werbalne,
- umiejętność negocjacji i perswazji,
- dobra prezencja przed kamerą,

- zmysł estetyczny,
- opanowanie i wysoka kultura osobista,
- zdolność opanowania stresu przed wystąpieniami publicznymi,
- elokwencja, logika w myśleniu i wypowiedziach oraz odpowiedzialność za słowa,
- zdolność podejmowania szybkich i trafnych decyzji
- kreatywność,
- otwartość na otoczenie,
- zainteresowanie wydarzeniami z różnych dziedzin życia społeczno-gospodarczego.

### **Przeciwwskazania do wykonywania zawodu:**

- zaburzenia mowy i słuchu,
- zniekształcenia, problemy z wyglądem,
- upośledzenie umysłowe,
- zaburzenia psychiki, np. nerwicowe.

### **Możliwości zatrudnienia:**

Możliwości zatrudnienia stwarzają liczne firmy i instytucje prowadzące działalność o zróżnicowanym charakterze i profilu działania, którym zależy na budowaniu dobrego wizerunku oraz relacji i komunikacji na rynku.

### **Płace:**

Wynagrodzenie uzależnione jest od wielkości przedsiębiorstwa, doświadczenia i zakresu obowiązków oraz miejscowości, w której firma ma siedzibę; wynosi 4000 PLN brutto.  
*źródło: /www.moja-pensja.pl*