

Analiza ofert pracy dla PR-owców – sierpień 2010

W sierpniu zamiast szukać pracy, trzeba było jechać na wakacje

Raport PRotop.pl za sierpień 2010 roku zawiera analizę **152 ofert pracy** przeznaczonych wyłącznie dla PR-owców. To prawie 11 proc. mniej niż w lipcu **tego roku, choć o 18 proc. więcej niż w sierpniu 2009. W miesiącu wcześniejszym do analizowanego pracodawcami były głównie firmy i instytucje. W sierpniu pracowników branżowych znów częściej poszukują agencje. Jednak warto przy tym zauważyć, że zaledwie 9 ofert agencyjnych było przeznaczonych dla managerów, a aż 25 – dla praktykantów.**

Warto jednocześnie zaznaczyć, że aż 28 proc. wszystkich ofert (zarówno z agencji, jak i z firm) to oferty dla praktykantów właśnie.

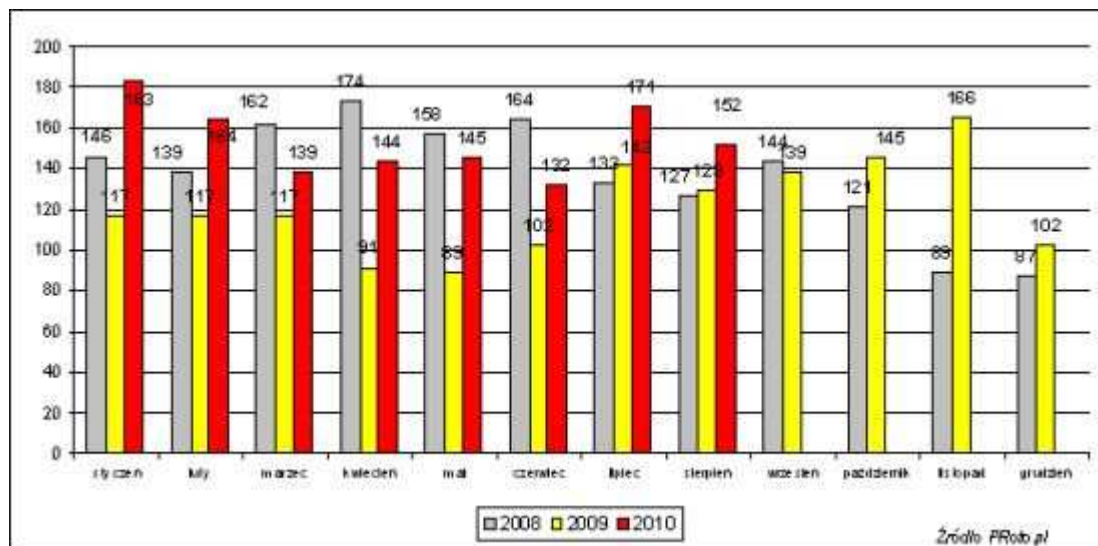
W analizowanym miesiącu PR-owców poszukiwały głównie agencje (71 ofert), w tym: 180° Public Relations (MS&LGroup), Ciszewski Financial Communications, Eskadra Publica, Euro RSCG Sensors, Genesis PR, Grayling, Grupa Adweb, Headlines Porter Novelli, Hill&Knowlton, Multi Communications, On Board Public Relations, Partner of Promotion, Publicis Consultants Rowland, Solski Burson-Marsteller i Weber Shandwick.

Nieco mniej ofert zamieściły firmy i instytucje (65 ogłoszeń), w tym m.in.: BNP Paribas Fortis, Colliers International, Danone, ENEA, Fundacja Anny Dymnej „Mimo Wszystko”, Empik, Generalna Dyrekcja Ochrony Środowiska, GlaxoSmithkline, Kancelaria prawna Spaczyński Szczepaniak i Wspólnicy, Ministerstwo Skarbu Państwa, Muzeum Narodowe w Krakowie, Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki, Polski Związek Tenisa Stołowego, Scandinavian-Polish Chamber of Commerce, Starwood Hotels & Resorts - hotele Sheraton, Le Meridien Bristol i Westin Warsaw, Stowarzyszenie WIOSNA, Teatr Lalki, Maski i Aktora GROTESKA, Teatr Wolandejski czy UOKiK.

W sierpniu **16 ofert pochodziło od pośredników** (to o 11 mniej niż w lipcu 2010).

Jedno ogłoszenie odnosiło się do zatrudnienia poza granicami Polski (Węgry – firma Wizz Air). Nie uwzględnia się go jednak w całym raporcie.

Wykres 1.



Warto zwrócić uwagę, że w **tym miesiącu pracodawcy z branży PR zdecydowanie postawili na PRoto.pl**, które w lipcu, jak i w poprzednich miesiącach bieżącego roku, było bezkonkurencyjnym źródłem ofert dla zatrudnianych w public relations. Nawet popularne serwisy Pracuj.pl i Infopraca.pl zamieściły prawie trzy razy mniej ogłoszeń niż PRoto.pl (relacja 32 do 84).

Większość ogłoszeń była, tradycyjnie już, związana ze stałym zatrudnieniem i skierowana do potencjalnych specjalistów. **Blisko 28 proc (o 6 proc. więcej niż w lipcu) było przeznaczonych dla stażystów/praktykantów.** Większość z nich (25 z 42 ofert) zamieściły agencje PR-owskie.

Wszystkie ogłoszenia nadesłane do PRoto.pl zostały umieszczone w dziale „[Ogłoszenia o pracę](#)” – w zakładce zatytułowanej „Szukasz pracy?”.

Wykres 2.



Do najpopularniejszych źródeł ogłoszeń zaliczają się niezmiennie: PRoto.pl, www.pracuj.pl oraz www.infopraca.pl. (tab. 1)

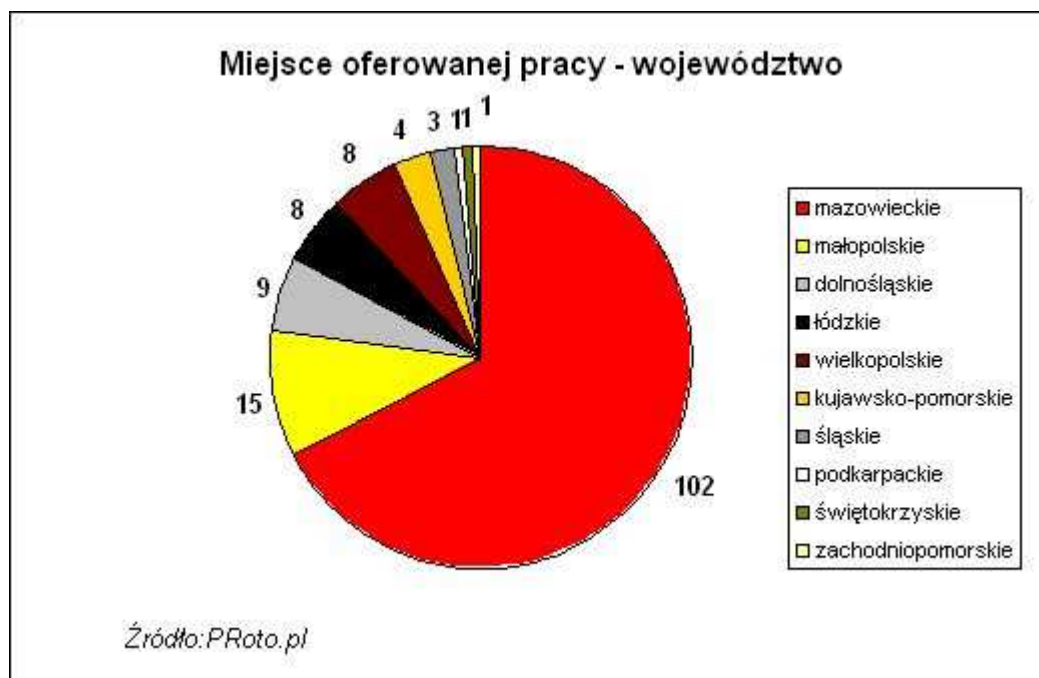
Tab.1.

PRoto.pl	84
www.infopraca.pl	32
www.pracuj.pl	32
Gazeta Wyborcza Praca	3
www.hrk.pl	1

W badanym okresie najwięcej ofert, podobnie jak w miesiącach poprzednich, dotyczyło zatrudnienia w województwie mazowieckim – było to 102 spośród 152 ogłoszeń.

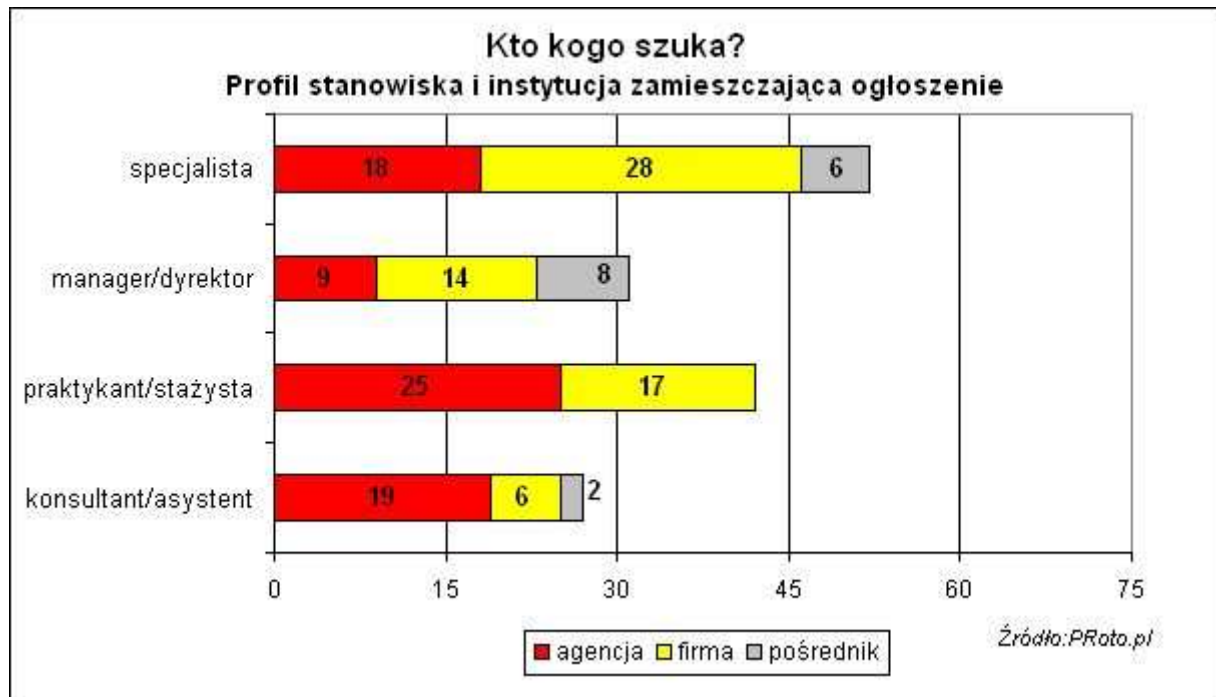
15 ofert pochodziło z województwa małopolskiego, 9 - z dolnośląskiego, po 8 – z łódzkiego i z wielkopolskiego, 4 – z kujawsko-pomorskiego, a 3- ze śląskiego. Pojedyncze oferty pochodziły z województw: podkarpackiego, świętokrzyskiego i zachodniopomorskiego.

Wykres 3.



W sierpniu pracodawcy **najczęściej poszukiwali specjalistów**. To do nich właśnie skierowano 52 spośród 152 ofert. Najbardziej poszukiwano konsultantów/asystentów (27 ofert, dokładnie tyle samo, co w lipcu, przy zmniejszonej liczbie ofert). Jednocześnie od czerwca można zaobserwować **stały spadek liczby ofert przeznaczonych dla managerów** – w czerwcu było to blisko 26 proc., w lipcu nieco ponad 22 proc., podczas gdy **w sierpniu – 20 proc.**

Wykres 4.



W analizowanym miesiącu pracodawcy oczekiwali od kandydatów w większości znajomości języka angielskiego (90 spośród 152 ogłoszeń). W pięciu ogłoszeniach zaznaczano, że znajomość innego języka obcego, obok angielskiego, będzie atutem, nie doprecyzowano jednak, jaki miałyby być to język. W trzech ofertach punktowano znajomość niemieckiego, w trzech innych - wskazywano na umiejętność posługiwania się jakimkolwiek innym językiem obcym, ze wskazaniem na angielski. W pojedynczych ogłoszeniach za atut uznano znajomość francuskiego, niemieckiego, hiszpańskiego czy rosyjskiego. W jednym ogłoszeniu francuski był wymogiem koniecznym.

W aż 45 (czyli w blisko 30 proc.) ofertach ogłoszeniodawcy nie sprecyzowali swoich oczekiwań w tym względzie. Być może przyjęli, że znajomość języka angielskiego jest oczywistością, której nie trzeba zaznaczać. Ponadto PR-owiec w Polsce komunikuje się głównie z mediami i liderami opinii w Polsce, a nie zagranicą, a więc i znajomość języków obcych nie musi być dla niego obligatoryjna. Co więcej, warto pamiętać, że 28 proc. ofert pracy skierowana była do praktykantów. Od nich raczej nie wymaga się znajomości języka obcego i brak takiej umiejętności nie wyklucza go zwykle z praktyk.

Wykres 5.



W badanym okresie aż 82 oferty pracy dotyczyły zatrudnienia w branży media i marketing, z czego większość pochodziła z agencji PR-owskich, interaktywnych i marketingowych lub firm działających na rynku mediów. W wartościach bezwzględnych to o 14 ofert więcej z agencji niż w lipcu, przy czym ofert było w sierpniu o 19 mniej niż w lipcu.

9 ofert pochodziło z branży IT. 6 ofert zamieścili pracodawcy związani z sektorem non-profit, a 5 – z handlem. Po cztery oferty pochodziły od firm związanych z branżą edukacyjną, FMCG, konsultingową i kulturalną, a po trzy – z administracją, rynkiem budowlanym i energetycznym.

W zaledwie dwóch ofertach pracodawcy nie podali branży, w której działają. Były to oferty przesyłane przez pośredników.

Wykres 6.



Ze względu na dużą rozbieżność w nazwach stanowisk zajmowanych przez PR-owców, nie została sformułowana zamknięta lista stanowisk. W tym miesiącu wymieniane były następujące nazwy stanowisk:

- Asystent ds. Marketingu i PR; staż
- Asystent ds. PR
- Asystent ds. PR i Marketingu
- Asystent Działu PR
- Brand Manager
- Communication & PR Specialist
- Dyrektor ds. Marketingu
- Dyrektor ds. PR
- E-marketer
- Event Manager
- Events Coordinator
- Główny specjalista do spraw informacji i promocji; koordynator kampanii
- Junior Account Executive w dziale Brand PR/Lifestyle
- Junior Community Manager
- Kierownik biura w Biurze Informacji
- Konsultant PR ds. nowych projektów
- Koordynator ds. komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej
- Koordynator marketingu i PR
- Manager ds. komunikacji wewnętrznej
- Marketing & PR Director
- Marketing and Communication Manager
- Media Communications Trainee / Stażysta ds. Komunikacji z Mediami
- Media Manager
- Młodszy specjalista ds. komunikacji wewnętrznej
- Młodszy specjalista ds. marketingu
- PR Account Executive
- PR Account Manager
- PR Consultant
- PR copywriter (Social Media/ freelancer)
- PR Copywriter / Marketing (English) - IT & advertising
- PR freelancer
- PR manager
- PR Senior account manager
- Pracownik PR d/s projektu wfirma.pl
- Praktykant / PR & Social Media Specialist
- Praktykant w dziale ePR
- Praktykant/ka (Departament PR)
- Praktyki działania PR
- Praktyki w dziale Eventów
- Senior Account Executive (PR korporacyjny/ PR produktowy)
- Senior Account Executive/ Account Manager - dział TECHNOLOGY
- Social Media Geek
- Specjalista do spraw promocji

- Specjalista ds marketingu i PR/IR
- Specjalista ds. e-PR
- Specjalista ds. informacji w Biurze Informacji
- Specjalista ds. informacji w Biurze Komunikacji Wewnętrznej
- Specjalista ds. Komunikacji i PR
- Specjalista ds. Marketingu i PR w branży informatycznej
- Specjalista ds. PR
- Specjalista ds. promocji i PR
- Specjalista ds. promocji Wydziału
- Specjalista ds. Rozwoju Segmentu
- Specjalista ds. eventów i imprez incentive
- Specjalista public relations ds. nowych projektów
- Starszy inspektor
- Starszy specjalista ds. komunikacji społecznej
- Staż w dziale marketingu i PR
- Stażysta - marketing sportowy
- Stażysta do działu healthcare & education
- Stażysta ds. PR
- Stażysta w Dziale Komunikacji Wewnętrznej i PR
- Wojewódzki specjalista ds. PR

Metodologia badania

Analiza ogłoszeń o pracę obejmuje publikacje z polskimi ofertami pracy w branży PR. Ogłoszenia pochodzą z:

- tytułów aktualnie monitorowanych przez Instytut Monitorowania Mediów (lista jest dostępna na stronie www.institut.com.pl),
- źródła własnego – ogłoszenia bezpośrednio przysyłane do Redakcji PRoto.
- stron internetowych zawierających ogłoszenia o pracę:

- www.pracuj.pl
- www.hrk.pl
- www.aaaby.pl
- www.gratka.pl
- praca.onet.pl
- www.infopraca.pl
- www.jobsales.pl
- www.jobexpress.pl
- www.wakaty.com.pl
- www.topjobs.pl
- www.jobs.pl
- www.bigram.pl
- www.grafton.pl
- www.jobaid.pl

Do analizy wybierane są ogłoszenia:

- oferujące pracę dla PR-owców
- z ogólnie rozumianej branży PR oraz z innych, wyspecjalizowanych dziedzin PR, np. eventy, konferencje prasowe
- oferujące pracę w działach marketingu / promocji, gdy w obowiązkach jest wymieniona obsługa PR.

