

# Prospettive occupazionali dei laureati in Scienze della comunicazione

## 1. Nota metodologica

In questa breve sintesi vengono illustrati alcuni risultati dell'indagine sugli sbocchi occupazionali dei laureati in Scienze della comunicazione dell'Università degli Studi di Padova, svolta nel 2005 con la collaborazione degli studenti dei corsi di Metodologia e tecnica delle scienze sociali.

La versione completa è pubblicata nel volume di Arjuna Tuzzi *“Le cento professioni della comunicazione”* (Carocci, 2006).

L'indagine si è rivolta a tutti i laureati del corso di laurea in Scienze della comunicazione del vecchio ordinamento che hanno discusso la tesi tra il 2001 e il 2004.

Sono stati raccolti 301 questionari strutturati, pari all'81% della popolazione totale.

Sono state raccolte 67 interviste qualitative allo scopo di approfondire le esperienze di laureati con carriere lavorative particolarmente interessanti.

## 2. Il lavoro

L'86% dei laureati intervistati lavora (tabella 1).

La percentuale di occupati scende al 64% per i laureati a sei mesi dalla laurea e sale al 96% dopo tre-quattro anni (figura 1).

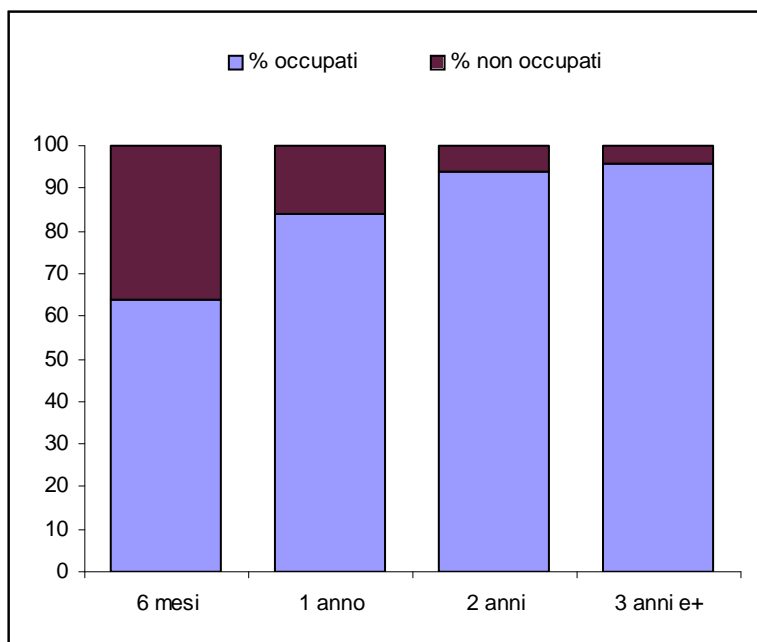
I contratti di lavoro flessibile (tabella 2) interessano una parte consistente della distribuzione complessiva dei laureati e, sommati ad altre situazioni di lavoro precario, rappresentano oltre la metà dei laureati (55%). Tuttavia, la presenza di quasi un laureato su quattro (24%) che ha una posizione di lavoro dipendente a tempo indeterminato è un dato che fa ben sperare. Il lavoro autonomo è poco diffuso (13%) e, fortunatamente, sono poco diffuse anche le condizioni di lavoro senza regolare contratto (3%).

La stabilità aumenta sensibilmente nel corso del tempo (figura 2).

**Tabella 1.** Condizione occupazionale dei laureati (N=301)

	n	
hanno un'occupazione retribuita	184	61%
hanno più di un'occupazione retribuita	74	25%
<i>Totale occupati</i>	<i>258</i>	<i>86%</i>
non hanno un'occupazione retribuita	43	14%
<b>Totale</b>	<b>301</b>	<b>100%</b>

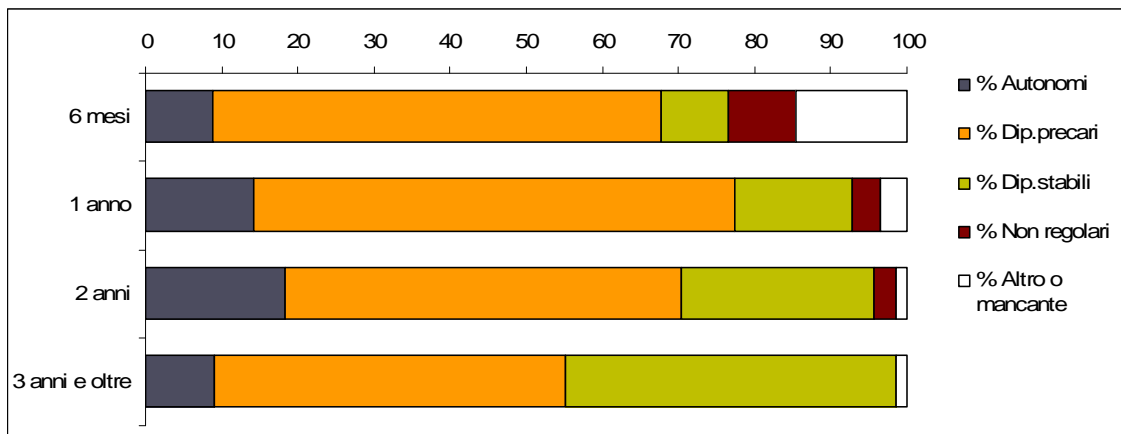
**Figura 1.** *Condizione occupazionale dei laureati per tempo trascorso dalla laurea (N=301)*



**Tabella 2.** *Condizione contrattuale dei laureati occupati (N=258).*

	n	
Autonomi	34	13%
Dipendenti precari	143	55%
Dipendenti stabili	63	24%
Non regolari	8	3%
Altro o mancante	10	4%
<b>Totale</b>	<b>258</b>	<b>100%</b>

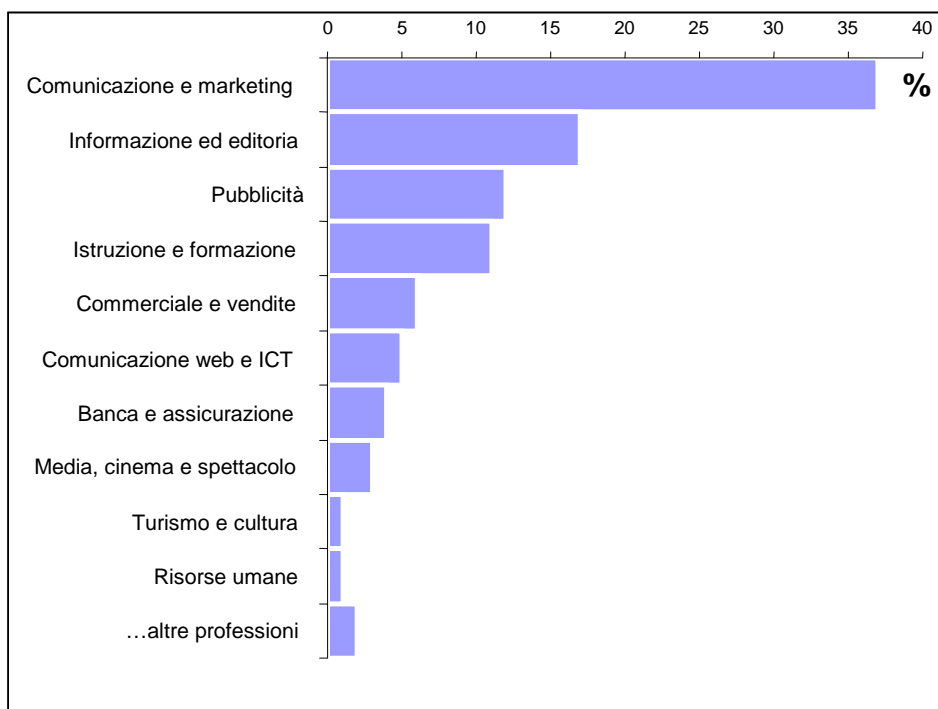
**Figura 2.** *Condizione contrattuale dei laureati occupati per tempo trascorso dalla laurea (N=258).*



### 3. Dove si trova lavoro?

L'area "Comunicazione e marketing" (figura 3) è quella in cui più frequentemente trovano impiego i laureati in Scienze della comunicazione. Risultano molto diffuse anche "Informazione ed editoria" e "Pubblicità".

Figura 3. Settore d'impiego dei laureati coccupati (N=258)



A partire da queste grandi aree si può scendere a un livello più analitico per osservare la distribuzione dei nostri laureati in ben cinquanta professioni diverse (tabella 3).

L'Addetto comunicazione e marketing è la figura più frequente: 33 laureati svolgono questo lavoro, tre quarti dei quali nel settore privato. La seconda professione più frequente si trova nell'area "Informazione ed editoria" ed è quella del *Responsabile ufficio stampa* con 18 rappresentanti. In questo caso, però, si tratta di un impiego distribuito equamente tra settore privato e settore pubblico. Seguono nella graduatoria delle occupazioni più frequenti il *Comunicatore d'impresa* con 14 casi (area "Comunicazione e marketing"); l'*Account executive*, il *Copywriter* (entrambe nell'area "Pubblicità") e il *Giornalista* (area "Informazione ed editoria") con 11 casi; il *Comunicatore sociale*, il *Project manager* e l'*Organizzatore di eventi* con 10 casi (area "Comunicazione e marketing").

Per quanto riguarda l'area "Comunicazione web e ICT", il numero di laureati che vi ha trovato lavoro è esiguo, ma è interessante osservare che la professione più frequente è il *Web content manager*: una delle professioni che, in questo specifico ambito, meglio si adatta ai laureati in Scienze della comunicazione. Un discorso a parte merita anche l'area "Istruzione e formazione", dove spicca la presenza di ben 16 ricercatori.

**Tabella 3. Cinquanta professioni svolte dai laureati occupati (N=258)**

PROFESSIONI	n	PROFESSIONI	n
<i>Comunicazione e marketing</i>	(93)	<i>Commerciale e vendite</i>	(16)
Tecnico delle relazioni con il pubblico	2	Impiegato commerciale	9
Comunicatore sociale	10	Retail manager	1
Comunicatore d'impresa	14	Buyer / Responsabile acquisti	2
Direttore marketing	1	Store manager	2
Responsabile comunicazione e marketing	33	Commerciante	1
Product manager	3	Category manager	1
Project manager	10	<i>Comunicazione web e ICT</i>	(12)
Customer care manager	2	Web master	2
Responsabile pubbliche relazioni	4	Web content manager	7
Organizzatore di eventi	10	Web project manager	3
Communication manager	3	<i>Banca e assicurazione</i>	(10)
Operatore call-center	1	Promotore di servizi finanziari	2
<i>Informazione ed editoria</i>	(44)	Addetto gestione retail	1
Editore	1	Impiegato di assicurazione	4
Redattore	6	Impiegato di sportello	3
Giornalista/articolista/pubblicista	11	<i>Media, cinema e spettacolo</i>	(8)
Collaboratore freelance	8	Regista/Aiuto regista	4
Responsabile ufficio stampa	18	Autore	1
<i>Pubblicità</i>	(29)	Operatore radio/televisivo	2
Account executive	11	Attore	1
Strategic planner	3	<i>Turismo e cultura</i>	(3)
Copywriter	11	Accompagnatore turistico	1
Grafico pubblicitario	2	Receptionist	1
Media planner	2	Operatore nella formazione culturale	1
<i>Istruzione e formazione</i>	(28)	<i>Risorse umane</i>	(3)
Insegnante	5	Direttore del personale	1
Direttore/coordinatore scolastico	1	Responsabile selezione	2
Formatore	6	<i>Altre professioni</i>	(6)
Ricercatore	16	<i>Informazione mancante</i>	(6)

#### 4. In breve

La notizia principale, e in larga parte scontata, di questa indagine è che non esistono settori o professioni “riservate” ai laureati in Scienze della comunicazione, ma il ventaglio di opportunità è molto vasto e conta oltre cento figure professionali diverse, delle quali circa il 50% è rappresentato anche da laureati padovani.

La ricerca sui laureati ha prodotto un repertorio di queste cento professioni alle quali possono potenzialmente aspirare i laureati in Scienze della comunicazione. Le cento schede descrivono per ogni professione “Chi è e che cosa fa”, “Dove trova impiego”, quali sono le “Competenze richieste” e le “Caratteristiche personali” necessarie a lavorare nel mondo della comunicazione e sono pubblicate nel volume di Arjuna Tuzzi *Le cento professioni della comunicazione* (Carocci, 2006).

La valutazione soggettiva della formazione ricevuta durante gli studi e il riscontro oggettivo nel mondo del lavoro sono due elementi su cui si giocano efficienza, efficacia e credibilità di un corso di laurea. Per questo, oltre all’interesse per i contenuti conoscitivi, questa indagine rappresenta un’opportunità per mettere meglio a fuoco gli obiettivi di un corso di laurea che, a dieci anni dalla sua istituzione a Padova, vuole adeguarsi ai tempi che cambiano.