

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Gestire le campagne pubblicitarie, sulla base delle indicazioni strategiche, provvedendo al coordinamento delle risorse assegnate e gestendo il budget

1 - ANALISI PRELIMINARE E PIANIFICAZIONE

Grado di complessità 4

1.4 PROGRAMMAZIONE DELLE FASI DELLA CAMPAGNA

Programmare le fasi della campagna pubblicitaria attraverso la pianificazione temporale dei media: copertura, frequenza e continuità.

Grado di complessità 3

1.3 INDIVIDUAZIONE DELLE RISORSE UMANE

Individuare, sulla base delle specifiche di progetto, le risorse umane da coinvolgere nella campagna pubblicitaria: grafici, art director, copywriter, fotografi, registi, ecc.

Grado di complessità 2

1.2 PIANIFICAZIONE DEGLI OBIETTIVI

Definire, sulla base delle specifiche di progetto, gli obiettivi in termini di tempi, costi, prodotti, ...

Grado di complessità 1

1.1 ANALISI DEL PROGETTO E DEL MATERIALE

Analizzare ed interpretare il progetto e il materiale della campagna pubblicitaria anche interagendo con i progettisti e le altre figure professionali coinvolte.

2 - GESTIONE DELLE RISORSE UMANE DI PROGETTO

Grado di complessità 3

2.3 GESTIONE DEI CONTATTI CON TESTIMONIAL, PERSONAGGI PUBBLICI, BLOGGER

Gestire i rapporti con testimonial, personaggi pubblici e/o dello spettacolo, blogger, verificando tempi e modalità di esecuzione e reindirizzando in modo opportuno nel caso di scostamenti dal target.

ADA.24.04.14 - GESTIONE DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE

Grado di complessità 2

2.2 COORDINAMENTO DELLE RISORSE UMANE COINVOLTE NELLA CAMPAGNA

Coordinare, sulla base delle specifiche di progetto e delle richieste del cliente, le risorse umane interne coinvolte nella campagna pubblicitaria: grafici, art director, copywriter, fotografi, registi, ecc

Grado di complessità 1

2.1 GESTIONE DEI REFERENTI DEI CANALI DI COMUNICAZIONE

Gestire i contatti con i canali di comunicazione previsti dal progetto, monitorando il corretto svolgimento della campagna pubblicitaria presso ciascun canale ed intervenendo con opportuni correttivi nel caso di scostamenti dagli obiettivi di progetto.

3 - GESTIONE DEL BUDGET

Grado di complessità 2

3.2 APPLICAZIONE DI CORRETTIVI

Proporre eventuali correttivi nel caso di modifiche concordate in corso di pianificazione, rinegoziando il budget o i termini della campagna pubblicitaria con il cliente o con i fornitori.

Grado di complessità 1

3.1 GESTIONE DEL BUDGET

Pianificare il budget sulla base delle specifiche del progetto, suddividendolo tra le varie voci di spesa: risorse interne ed esterne, fornitori, materiali, ... e definendo i tempi di realizzazione.

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Progetto di campagna pubblicitaria
- Caratteristiche dei canali di comunicazione in essere e potenziali
- Pubblici interessati (es. pubblico target del prodotto/servizio, decisori, giornalisti, blogger, influencer)
- Risorse umane interne ed esterne da impiegare nelle attività di implementazione della campagna pubblicitaria
- Testimonial, personaggi pubblici e/o dello spettacolo, blogger
- Risorse finanziarie a disposizione
- Codice di autodisciplina pubblicitario
- Normative del settore

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di sviluppo di un piano di comunicazione e promozionale, monocanale o integrato: risorse, canali, tempistiche, procedure, modalità di diffusione, tipologie contrattuali
- Tecniche di budgeting
- Metodi e tecniche di sviluppo di un sistema di monitoraggio e valutazione del piano di campagna pubblicitaria
- Tecniche dell'organizzazione e della supervisione del lavoro
- Metodi e tecniche di selezione del personale
- Tecniche di gestione delle produzioni promozionali attraverso il coordinamento delle attività dei tecnici di settore (grafici, art director, copywriter)

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Campagna pubblicitaria definita
- Budget e previsione margini definiti
- Risorse definite, organizzate e coordinate

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di pianificazione, programmazione, coordinamento e gestione
2. Due set di informazioni relative ciascuno ad un progetto di campagna pubblicitaria

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

ADA.24.04.14 - GESTIONE DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE

1. Prova prestazionale: sulla base di un set di informazioni dato, impostazione del budget e della pianificazione di dettaglio della campagna pubblicitaria,
2. Colloquio tecnico relativo alle differenze di approccio nel caso di altra tipologia di una campagna pubblicitaria

ADA.24.04.14 - GESTIONE DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE

FONTI

"Lo sviluppo della campagna pubblicitaria", Comunicazione d'Impresa - Laboratorio di Strategie Pubblicitarie, Stella Romagnoli, Università Sapienza di Roma

OFG Advertising, <https://blog.ofg.it/misurare-lefficacia-di-una-campagna-pubblicitaria-4kpi-per-il-retail>

"Tecnico della pubblicità", Sistema regionale degli standard professionali, formativi di certificazione e di attestazione, Regione Basilicata,

https://portalebandi.regione.basilicata.it/PortaleBandi/detail-sino_qualifiche.jsp?id=321

"Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali", Repertorio Regionale dei Titoli e delle Qualificazioni, Regione Campania, <http://capire.regione.campania.it/rrtq/public/GeneraPDF/497>

"Gestione dell'acquisto degli spazi pubblicitari", Repertorio Profili Professionali, Janet- Job Agency Network Regione Marche, https://janet.regione.marche.it/UC/Details/3471?ID_VERSIONE=3

"Coordinamento degli operatori pubblicitari", Repertorio Profili Professionali, Janet- Job Agency Network Regione Marche, https://janet.regione.marche.it/UC/Details/3471?ID_VERSIONE=3

"Grafico pubblicitario", Repertorio Regionale Standard Professionali, Regione Veneto, <http://repertorio.cliclavoroveneto.it/profilo/73/grafico-pubblicitario/>

"Tecnico qualificato in comunicazione pubblicitaria", Repertorio Profili Professionali, Regione Toscana, <http://www301.regione.toscana.it/bancadati/Rpp/Scheda.xml?idReq=178>