

ADA.24.04.14 - GESTIONE DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 3 - Controllare la correttezza delle modalità di implementazione della campagna pubblicitaria, verificando il rispetto della normativa di riferimento e le eventuali incongruenze rispetto a quanto concordato

1 - VERIFICA DELLE MODALITÀ DI IMPLEMENTAZIONE DELLA CAMPAGNA

Grado di complessità 3

1.3 REDAZIONE DEL REPORT DI MONITORAGGIO DELLA CAMPAGNA

Redigere il report di sintesi dell'attività di monitoraggio e valutazione delle performance (individuare punti di forza e di debolezza) dei singoli fattori della campagna pubblicitaria rispetto ai requisiti del progetto, dando eventuali indicazioni nel caso di incoerenze rilevate o proposte di miglioramento.

Grado di complessità 2

1.2 MONITORAGGIO DEL BUDGET E DEI TEMPI

Monitorare l'andamento di costi registrando eventuali scostamenti e verificando il rispetto dei tempi di attuazione degli interventi previsti dal progetto e in funzione dei KPI.

1.2 MONITORAGGIO DELLE RISORSE

Monitorare l'impiego delle risorse umane e dei materiali utilizzati nelle varie fasi di implementazione della campagna pubblicitaria confrontando con quanto pianificato e in funzione dei KPI.

1.2 MONITORAGGIO DELL'OPERATO DEI FORNITORI

Monitorare la coerenza dell'operato dei fornitori di servizi e prodotti per la campagna pubblicitaria rispetto a quanto pianificato e in funzione dei KPI.

1.2 MONITORAGGIO DELLA DIFFUSIONE DEI MATERIALI PUBBLICITARI

Monitorare la diffusione dei materiali pubblicitari in modo che essa avvenga secondo le logiche, i tempi e i dettami definiti in fase di pianificazione strategica delle attività

Grado di complessità 1

1.1 DEFINIZIONE DEI KPI

Definire i Key Performance Indicator relativi alla campagna pubblicitaria.

ADA.24.04.14 - GESTIONE DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE

2 - VERIFICA RISPETTO ALLA NORMATIVA

Grado di complessità 3

2.3 REDAZIONE DEL REPORT DI VERIFICA DI RISPETTO DELLA NORMATIVA

Stesura del report di conformità della campagna pubblicitaria rispetto alla normativa di riferimento, fornendo eventuali indicazioni correttive nel caso di incoerenze rilevate o proposte di miglioramento.

Grado di complessità 2

2.2 VERIFICA DEL RISPETTO DELLA NORMATIVA SUL DIRITTO D'AUTORE E INDUSTRIALE

Verificare il rispetto della normativa in materia di diritto d'autore e industriale, per gestire le attività di produzione intellettuale.

2.2 VERIFICA DEL RISPETTO DELLA LEGISLAZIONE IN MATERIA DI PUBBLICITÀ E TUTELA DEL CONSUMATORE

Verificare il rispetto dei Decreti legislativi in tema di pubblicità e tutela del consumatore.

2.2 VERIFICA DEL RISPETTO DELLA LEGISLAZIONE IN MATERIA DI PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI E DI PRIVACY

Verificare il rispetto delle disposizioni del Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR) in materia di trattamento dei dati personali e di privacy.

Grado di complessità 1

2.1 VERIFICA DEL RISPETTO DEL CODICE DI AUTODISCIPLINA

Verificare il rispetto del "Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale" stabilito dall'Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria (IAP).

2.1 VERIFICA DEL RISPETTO DEL CODICE INTERNET E DEL COMMERCIO ELETTRONICO

Verificare il rispetto del "Codice Internet e del commercio elettronico", per la gestione e l'utilizzo delle informazioni e la diffusione delle informazioni via web.

ADA.24.04.14 - GESTIONE DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE

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
- Risorse umane interne ed esterne coinvolte nella campagna pubblicitaria
- Risorse finanziarie a disposizione
- Fonti nazionali e internazionali di autoregolamentazione della deontologia professionale
- Codice Internet e del commercio elettronico, per la gestione e l'utilizzo delle informazioni e la diffusione delle informazioni via web
- Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale
- Regolamento sul GDPR in materia di trattamento dei dati personali e di privacy
- Decreti legislativi in materia di pubblicità e tutela del consumatore
- Normativa in materia di diritto d'autore e industriale, per gestire le attività di produzione intellettuale

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di analisi dei dati e elaborazione report
- Metodi e tecniche di definizione dei KPI
- Metodi e tecniche di monitoraggio di budget, tempi, risorse, operato dei fornitori, diffusione dei materiali
- Tecniche di verifica della compliance normativa

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Report di monitoraggio della campagna pubblicitaria redatto
- Documento di conformità della campagna pubblicitaria rispetto ai codici e alle normative redatto

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Un set di informazioni relative ad una campagna pubblicitaria
2. L'insieme delle normative di riferimento del settore

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: sulla base del set dato, definizione dei KPI ed impostazione del monitoraggio della campagna pubblicitaria
2. Colloquio tecnico relativo alla verifica della compliance normativa

ADA.24.04.14 - GESTIONE DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE

ADA.24.04.14 - GESTIONE DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE

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>