

**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.

## **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.

## **SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 3**

### **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

## ADA.24.04.14 - GESTIONE DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE

2. Colloquio tecnico relativo alla verifica della compliance normativa

**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](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](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](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>