TECNICO SPECIALIZZATO IN CAMPAGNE COMUNICATIVO PROMOZIONALI

SETTORE 24. Area comune

REPERTORIO - Veneto

AdA associate alla Qualificazione

ADA.24.04.12 (ex ADA.25.225.730) - Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale

Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico della pubblicità	Basilicata
Tecnico delle industrie culturali e creative	Basilicata
Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali	Campania
PREDISPOSIZIONE DEL BRIEF DI COMUNICAZIONE	Friuli Venezia Giulia
ESPERTO PUBBLICHE RELAZIONI	Lombardia
ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE)	Lombardia
Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	Puglia
Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	Toscana
Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell’ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
TECNICO COMUNICAZIONE ED IMMAGINE	Abruzzo	2	X	X
SOCIAL MEDIA MANAGER	Abruzzo	2	X	X
Tecnico della pubblicità	Basilicata	2	X	X
RESPONSABILE SOCIAL MEDIA MANAGER	Calabria	2	X	X
Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi	Calabria	2	X	X
Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	Calabria	2	X	X
Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali	Campania	2	X	X
PREDISPOSIZIONE DEL BRIEF DI COMUNICAZIONE	Friuli Venezia Giulia	2	X	X
ESPERTO DI FUND RAISING	Lombardia	2	X	X
ESPERTO PUBBLICHE RELAZIONI	Lombardia	2	X	X
COMUNICATORE TERRITORIALE	Lombardia	2	X	X
ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE)	Lombardia	2	X	X
COMUNICATORE DEL WELFARE TERRITORIALE	Lombardia	2	X	X
ESPERTO DI GESTIONE DI COOPERATIVE	Lombardia	2	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
SOCIAL MEDIA MANAGER	Lombardia	2	X	X
Digital marketing specialist	Provincia Autonoma di Trento	2	X	X
Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	Puglia	2	X	X
Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	Toscana	2	X	X
Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi	Toscana	2	X	X
TECNICO SPECIALIZZATO IN CAMPAGNE COMUNICATIVO PROMOZIONALI	Veneto	2	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
TECNICO DELLA COMUNICAZIONE-INFORMAZIONE	Emilia-Romagna	1	X	
MANAGER DI DISTRETTO COMMERCIALE	Lombardia	1	X	
Tecnico della comunicazione-informazione	Molise	1	X	
ESPERTO DI FUNDRAISING	Veneto	1	X	

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL MEDIA	Veneto	1	X	

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico delle industrie culturali e creative	Basilicata	0		
STRATEGIC PLANNER	Lombardia	0		
Tecnico coordinatore di ufficio stampa	Sardegna	0		

ADA.24.04.13 (ex ADA.25.225.731) - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali

Tabelle di equivalenza AdA

TECNICO DELLA COMUNICAZIONE-INFORMAZIONE	Emilia-Romagna
Account	Liguria
RESPONSABILE INIZIATIVE PROMOZIONALI	Lombardia
ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE)	Lombardia
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Puglia
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Puglia
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Toscana

Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell’ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
SOCIAL MEDIA MANAGER	Abruzzo	2	X	X
TECNICO ORGANIZZAZIONE EVENTI	Abruzzo	2	X	X
TECNICO COMUNICAZIONE ED IMMAGINE	Abruzzo	2	X	X
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Calabria	2	X	X
RESPONSABILE SOCIAL MEDIA MANAGER	Calabria	2	X	X
Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali	Campania	2	X	X
TECNICO DELLA COMUNICAZIONE-INFORMAZIONE	Emilia-Romagna	2	X	X
ESPERTO IN ORGANIZZAZIONE DI EVENTI E CONGRESSI	Friuli Venezia Giulia	2	X	X
Consulente di immagine e comunicazione moda (Fashion styling and communication advisor)	Lazio	2	X	X
Tecnico della comunicazione	Lazio	2	X	X
Addetto ufficio stampa	Liguria	2	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Account	Liguria	2	X	X
ESSERE IN GRADO DI GESTIRE LE ATTIVITÀ DI SOCIAL MEDIA MARKETING	Liguria	2	X	X
ESPERTO DI FUND RAISING	Lombardia	2	X	X
SOCIAL MEDIA MANAGER	Lombardia	2	X	X
RESPONSABILE INIZIATIVE PROMOZIONALI	Lombardia	2	X	X
Gestire attività di comunicazione aziendale	Lombardia	2	X	X
COMUNICATORE DEL WELFARE TERRITORIALE	Lombardia	2	X	X
EFFETTUARE LA GESTIONE DEL SISTEMA DI INFORMAZIONE DI UN SERVIZIO PUBBLICO	Lombardia	2	X	X
RESPONSABILE DELLA COMUNICAZIONE INTERNA	Lombardia	2	X	X
Gestire attività di Lead Generation	Lombardia	2	X	X
ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE)	Lombardia	2	X	X
ORGANIZZATORE DI EVENTI	Lombardia	2	X	X
Gestire le attività di social media marketing	Lombardia	2	X	X
COMUNICATORE TERRITORIALE	Lombardia	2	X	X
ESPERTO DI GESTIONE DI COOPERATIVE	Lombardia	2	X	X
ESPERTO PUBBLICHE RELAZIONI	Lombardia	2	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
RESPONSABILE UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO	Lombardia	2	X	X
Tecnico della comunicazione-informazione	Molise	2	X	X
Digital marketing specialist	Provincia Autonoma di Trento	2	X	X
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Puglia	2	X	X
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Puglia	2	X	X
Tecnico specializzato in marketing - Comunicazione	Sicilia	2	X	X
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Toscana	2	X	X
TECNICO SPECIALIZZATO IN CAMPAGNE COMUNICATIVO PROMOZIONALI	Veneto	2	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Calabria	1	X	

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi	Calabria	1	X	
ESPERTO GESTIONE AREA RISORSE UMANE	Lombardia	1	X	
SPECIALISTA SEM (SEM SPECIALIST)	Lombardia	1		X
Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi	Puglia	1	X	
Operatore per le relazioni con il pubblico	Sardegna	1		X
Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi	Toscana	1	X	
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Toscana	1	X	
ESPERTO DI FUNDRAISING	Veneto	1	X	

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Social media manager	Campania	0		
Tecnico dell'organizzazione del lavoro, della gestione del cambiamento, della comunicazione aziendale e dei piani retributivi	Puglia	0		
TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL MEDIA	Veneto	0		

Competenze

Titolo: REALIZZARE ANALISI DELLE POTENZIALITÀ DEI CANALI COMUNICATIVO PROMOZIONALI

Obiettivo: Informazioni strutturate relative alle potenzialità dei canali comunicativi promozionali in funzione delle caratteristiche del prodotto/servizio e del target di riferimento.

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.12 (ex ADA.25.225.730) - Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale associate:

Risultato atteso:RA1: Definire le strategie di comunicazione e promozione aziendale, delineando lo stile comunicativo (messaggio e immagine), a partire dagli obiettivi definiti nella strategia di marketing e sulla base di un'analisi dei potenziali canali di comunicazione
Analisi delle potenzialità dei canali comunicativi/promozionali in funzione delle caratteristiche del prodotto/servizio
Definizione del messaggio globale e dello style di immagine (aziendale e di prodotto) da promuovere
Definizione delle strategie comunicative idonee a conseguire gli obiettivi aziendali e di marketing

CONOSCENZE

– Principali metodologie della ricerca di mercato – Metodologie e strumenti di benchmarking – Elementi di statistica sociale – Tipologia, caratteristiche e potenzialità dei diversi canali comunicativi e promozionali – Modelli e tecniche di analisi ed elaborazione dei dati
– Principali metodologie della ricerca di mercato – Metodologie e strumenti di benchmarking – Elementi di statistica sociale – Tipologia, caratteristiche e potenzialità dei diversi canali comunicativi e promozionali – Modelli e tecniche di analisi ed elaborazione dei dati

ABILITÀ/CAPACITÀ

– Riconoscere le caratteristiche del prodotto/servizio – Analizzare le modalità ed i canali di comunicazione e promozione utilizzate dai competitors – Interpretare i dati relativi alle tendenze del mercato e della concorrenza – Individuare le potenzialità dei diversi canali comunicativi/promozionali – Individuare ed analizzare le caratteristiche proprie del target di clienti di riferimento
– Riconoscere le caratteristiche del prodotto/servizio – Analizzare le modalità ed i canali di comunicazione e promozione utilizzate dai competitors – Interpretare i dati relativi alle tendenze del mercato e della concorrenza – Individuare le potenzialità dei diversi canali comunicativi/promozionali – Individuare ed analizzare le caratteristiche proprie del target di clienti di riferimento

Titolo: PROGETTARE LA STRATEGIA COMUNICATIVO/PROMOZIONALE

Obiettivo: Piano di comunicazione/promozione elaborato in funzione degli obiettivi aziendali e di marketing.

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.12 (ex ADA.25.225.730) - Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale associate:

Risultato atteso:RA1: Definire le strategie di comunicazione e promozione aziendale, delineando lo stile comunicativo (messaggio e immagine), a partire dagli obiettivi definiti nella strategia di marketing e sulla base di un'analisi dei potenziali canali di comunicazione
Analisi delle potenzialità dei canali comunicativi/promozionali in funzione delle caratteristiche del prodotto/servizio
Definizione del messaggio globale e dello style di immagine (aziendale e di prodotto) da promuovere
Definizione delle strategie comunicative idonee a conseguire gli obiettivi aziendali e di marketing

Risultato atteso:RA2: Formulare indicazioni per la progettazione di soluzioni creative della campagna di comunicazione/promozione, provvedendo al corretto trasferimento di tutte le informazioni ai professionisti della comunicazione (brief di marketing)
Formulazione delle indicazioni per la progettazione delle soluzioni creative
Individuazione degli elementi significativi per la definizione del brief di

marketing
Supporto tecnico alle funzioni di marketing nella selezione dei canali promozionali

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.13 (ex ADA.25.225.731) - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali associate:

Risultato atteso:RA1: Implementare il piano di comunicazione aziendale, sulla base delle indicazioni strategiche, provvedendo alla definizione delle risorse assegnate e gestendo il budget
Definizione di compiti e funzioni delle risorse impegnate nella realizzazione del piano di comunicazione
Elaborazione del piano di comunicazione aziendale (interna ed esterna) in funzione delle indicazioni strategiche
Gestione del budget assegnato alla comunicazione/promozione

CONOSCENZE

– Elementi di sociologia della comunicazione – Tipologia e caratteristiche di strategie e tecniche comunicative e promozionali – Caratteristiche dei diversi linguaggi della comunicazione pubblicitaria e promozionale – Elementi di psicologia dei consumi – Elementi di comunicazione grafico visiva – Modelli e tecniche di budgeting – Modelli, tecniche e strumenti di marketing strategico – Modelli e tecniche di fidelizzazione del cliente
– Elementi di sociologia della comunicazione – Tipologia e caratteristiche di strategie e tecniche comunicative e promozionali – Caratteristiche dei diversi linguaggi della comunicazione pubblicitaria e promozionale – Elementi di psicologia dei consumi – Elementi di comunicazione grafico visiva – Modelli e tecniche di budgeting – Modelli, tecniche e strumenti di marketing strategico – Modelli e tecniche di fidelizzazione del cliente

ABILITÀ/CAPACITÀ

– Formulare strategie e soluzioni comunicative idonee a conseguire gli obiettivi aziendali e di marketing – Definire il messaggio globale e lo stile di immagine – individuare canali comunicativi idonei in funzione degli obiettivi e del budget a disposizione – Formulare indicazioni per la progettazione di soluzioni creative da inserire nella campagna di comunicazione/promozione in funzione della strategia selezionata – Identificare il fabbisogno informativo e tradurlo in obiettivi dell'azione di comunicazione e pubblicità – Individuare il contenuto e lo stile del messaggio in funzione del target di pubblico che si desidera raggiungere – Individuare le informazioni significative per la definizione dei brief di marketing – Elaborare un piano di comunicazione definendo obiettivi, strumenti, destinatari, tempi, costi e funzioni delle risorse da coinvolgere
– Formulare strategie e soluzioni comunicative idonee a conseguire gli obiettivi

aziendali e di marketing – Definire il messaggio globale e lo stile di immagine – individuare canali comunicativi idonei in funzione degli obiettivi e del budget a disposizione – Formulare indicazioni per la progettazione di soluzioni creative da inserire nella campagna di comunicazione/promozione in funzione della strategia selezionata – Identificare il fabbisogno informativo e tradurlo in obiettivi dell'azione di comunicazione e pubblicità – Individuare il contenuto e lo stile del messaggio in funzione del target di pubblico che si desidera raggiungere – Individuare le informazioni significative per la definizione dei brief di marketing – Elaborare un piano di comunicazione definendo obiettivi, strumenti, destinatari, tempi, costi e funzioni delle risorse da coinvolgere

Titolo: ORGANIZZARE E GESTIRE CAMPAGNE COMUNICATIVO/PROMOZIONALI

Obiettivo: Campagna comunicativo/ promozionale organizzata e gestita in funzione degli obiettivi aziendali e di marketing

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.13 (ex ADA.25.225.731) - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali associate:

Risultato atteso:RA1: Implementare il piano di comunicazione aziendale, sulla base delle indicazioni strategiche, provvedendo alla definizione delle risorse assegnate e gestendo il budget
Definizione di compiti e funzioni delle risorse impegnate nella realizzazione del piano di comunicazione
Elaborazione del piano di comunicazione aziendale (interna ed esterna) in funzione delle indicazioni strategiche
Gestione del budget assegnato alla comunicazione/promozione

Risultato atteso:RA2: Organizzare le iniziative promozionali, coordinando le attività di predisposizione e diffusione dei materiali informativi e curando i rapporti con i mezzi di informazione
Coordinamento delle attività di predisposizione e diffusione dei materiali a carattere informativo/promozionale
Cura dei rapporti con i mezzi di informazione
Organizzazione di iniziative promozionali e di fidelizzazione (es. offerte promozionali, sponsorizzazioni, ecc.)

CONOSCENZE

– Modelli, tecniche e strumenti di marketing operativo – Modelli e tecniche di leadership – Modelli e tecniche di gestione delle risorse umane – Elementi di organizzazione aziendale – Tipologia e caratteristiche dei materiali promozionali – Tecniche di pianificazione e di gestione delle attività e dei processi di lavoro nell'ambito di campagne comunicativo / promozionali – Tipologia, caratteristiche e funzionalità dei principali strumenti informatici e gestionali e loro funzioni per coordinare le risorse e le attività
– Modelli, tecniche e strumenti di marketing operativo – Modelli e tecniche di leadership – Modelli e tecniche di gestione delle risorse umane – Elementi di organizzazione aziendale – Tipologia e caratteristiche dei materiali promozionali – Tecniche di pianificazione e di gestione delle attività e dei processi di lavoro nell'ambito di campagne comunicativo / promozionali – Tipologia, caratteristiche e funzionalità dei principali strumenti informatici e gestionali e loro funzioni per coordinare le risorse e le attività

ABILITÀ/CAPACITÀ

– Identificare le risorse umane e materiali necessarie per la produzione dei singoli interventi – Pianificare le attività di comunicazione/ promozione in funzione degli obiettivi e delle strategie definite – Sviluppare e gestire i rapporti con i diversi soggetti coinvolti nell'implementazione – Sviluppare strategie di sponsorizzazione attraverso l'acquisizione di sponsorhip e affiliazioni – Predisporre e diffondere contenuti a carattere informativo/promozionale – Individuare e organizzare iniziative promozionali e di fidelizzazione (es. offerte promozionali, concorsi a premio, carte fedeltà, raccolta punti, sponsorizzazioni, ...) – Curare i rapporti con i mezzi di comunicazione ed informazione – Gestire il budget della campagna comunicativo/promozionale
– Identificare le risorse umane e materiali necessarie per la produzione dei singoli interventi – Pianificare le attività di comunicazione/ promozione in funzione degli obiettivi e delle strategie definite – Sviluppare e gestire i rapporti con i diversi soggetti coinvolti nell'implementazione – Sviluppare strategie di sponsorizzazione attraverso l'acquisizione di sponsorhip e affiliazioni – Predisporre e diffondere contenuti a carattere informativo/promozionale – Individuare e organizzare iniziative promozionali e di fidelizzazione (es. offerte promozionali, concorsi a premio, carte fedeltà, raccolta punti, sponsorizzazioni, ...) – Curare i rapporti con i mezzi di comunicazione ed informazione – Gestire il budget della campagna comunicativo/promozionale

Titolo: MONITORARE E VALUTARE L'IMPLEMENTAZIONE DELLE CAMPAGNE COMUNICATIVO/PROMOZIONALI

Obiettivo: Campagna promozionale/comunicativa monitorata e valutata

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

– Modelli, tecniche e strumenti di monitoraggio e valutazione – Metodologie di analisi ed elaborazione dei dati – Modelli e tecniche di project management – Elementi e procedure di gestione ed amministrazione aziendale – Metodologie di ricerca sociale
– Modelli, tecniche e strumenti di monitoraggio e valutazione – Metodologie di analisi ed elaborazione dei dati – Modelli e tecniche di project management – Elementi e procedure di gestione ed amministrazione aziendale – Metodologie di ricerca sociale

ABILITÀ/CAPACITÀ

– Monitorare lo stato di avanzamento delle attività riferite all'implementazione delle campagne – Gestire eventuali criticità nel processo di implementazione, sviluppando idonee soluzioni – Applicare metodi e tecniche di ricerca e di analisi dei dati per misurare gli effetti e le leve del messaggio pubblicitario sui target di riferimento – Predisporre un sistema di indicatori per l'analisi dei risultati della campagna promozionale/pubblicitaria (grado di fidelizzazione, indici di attrazione, indici di vendita, ecc.) e monitorarne l'andamento – Applicare tecniche di valutazione delle diverse dimensioni dell'implementazione della campagna
– Monitorare lo stato di avanzamento delle attività riferite all'implementazione delle campagne – Gestire eventuali criticità nel processo di implementazione, sviluppando idonee soluzioni – Applicare metodi e tecniche di ricerca e di analisi dei dati per misurare gli effetti e le leve del messaggio pubblicitario sui target di riferimento – Predisporre un sistema di indicatori per l'analisi dei risultati della campagna promozionale/pubblicitaria (grado di fidelizzazione, indici di attrazione, indici di vendita, ecc.) e monitorarne l'andamento – Applicare tecniche di valutazione delle diverse dimensioni dell'implementazione della campagna

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
2.5.1.6.0	Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate
1.2.3.4.0	Direttori e dirigenti del dipartimento comunicazione, pubblicità e pubbliche relazioni
3.3.3.6.2	Tecnici delle pubbliche relazioni

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
70.21.00	Pubbliche relazioni e comunicazione
73.11.01	Ideazione di campagne pubblicitarie
73.11.02	Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari
73.12.00	Attività delle concessionarie pubblicitarie

Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche - Corso d'Italia, 33 - 00198 Roma - C.F. 80111170587

Copyright 2025 INAPP | All Rights Reserved