

MEDIA PLANNER

SETTORE 24. Area comune

REPERTORIO - Veneto

AdA associate alla Qualificazione

ADA.24.04.14 (ex ADA.25.225.732) - Gestione di campagne pubblicitarie

Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico della pubblicità	Basilicata
Media planner	Liguria
MEDIA PLANNER	Lombardia
RESPONSABILE INIZIATIVE PROMOZIONALI	Lombardia
PRODUCER	Lombardia
Tecnico della gestione e controllo di campagne pubblicitarie	Puglia
Tecnico per la gestione di campagne pubblicitarie	Sardegna
Tecnico della gestione e controllo di campagne pubblicitarie	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
TECNICO COMUNICAZIONE ED IMMAGINE	Abruzzo	4	X	X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico della pubblicità	Basilicata	4	X	X	X	X
Tecnico della gestione e controllo di campagne pubblicitarie	Calabria	4	X	X	X	X
Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali	Campania	4	X	X	X	X
GESTIONE DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE	Friuli Venezia Giulia	4	X	X	X	X
Media planner	Liguria	4	X	X	X	X
PRODUCER	Lombardia	4	X	X	X	X
MEDIA PLANNER	Lombardia	4	X	X	X	X
Gestire le attività di social media marketing	Lombardia	4	X	X	X	X
RESPONSABILE INIZIATIVE PROMOZIONALI	Lombardia	4	X	X	X	X
Tecnico della comunicazione mediale	Piemonte	4	X	X	X	X
Tecnico della gestione e controllo di campagne pubblicitarie	Puglia	4	X	X	X	X
Tecnico per la gestione di campagne pubblicitarie	Sardegna	4	X	X	X	X
Tecnico della gestione e controllo di campagne pubblicitarie	Toscana	4	X	X	X	X
MEDIA PLANNER	Veneto	4	X	X	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
SOCIAL MEDIA MANAGER	Abruzzo	3	X	X		X
Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	Calabria	2		X		X
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Calabria	3	X	X		X
Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie	Calabria	1		X		
Art director	Liguria	2	X		X	
Gestire attività di Lead Generation	Lombardia	3	X	X		X
ESPERTO DI FUND RAISING	Lombardia	2	X	X		
Digital content developer	Provincia Autonoma di Trento	1			X	

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Puglia	3	X	X		X
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Toscana	3	X	X		X
Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie	Toscana	1			X	
Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	Toscana	2			X	X

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Sezione in aggiornamento

Competenze

Titolo: PREDISPORRE UN MEDIA PLAN

Obiettivo: Media plan predisposto in funzione delle caratteristiche del prodotto/servizio e del target di riferimento.

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.14 (ex ADA.25.225.732) - Gestione di campagne pubblicitarie associate:

Risultato atteso:RA1: Gestire le campagne pubblicitarie, sulla base delle indicazioni strategiche, provvedendo al coordinamento delle risorse assegnate e gestendo il budget

Coordinamento delle attività degli operatori pubblicitari (es. grafici, art director, copywriter, fotografi, registi, ecc.)

Gestione del budget assegnato alla pubblicità

CONOSCENZE

– Principali metodologie di ricerca di mercato e di benchmarking – Tipologia, caratteristiche e potenzialità dei diversi canali e media – Modelli e tecniche di marketing – Elementi di psicologia della comunicazione – Elementi di statistica – Caratteristiche e tendenze del mercato pubblicitario – Principali riferimenti normativi in materia di autodisciplina pubblicitaria – Modelli e tecniche di pianificazione

– Principali metodologie di ricerca di mercato e di benchmarking – Tipologia, caratteristiche e potenzialità dei diversi canali e media – Modelli e tecniche di marketing – Elementi di psicologia della comunicazione – Elementi di statistica – Caratteristiche e tendenze del mercato pubblicitario – Principali riferimenti normativi in materia di autodisciplina pubblicitaria – Modelli e tecniche di pianificazione

ABILITÀ/CAPACITÀ

– Analizzare le strategie ed i media utilizzati dai competitors – Individuare le potenzialità dei diversi media in relazione alle caratteristiche del prodotto/servizio e del target di clienti di riferimento – Individuare media idonei in funzione degli obiettivi e del budget a disposizione – Elaborare una strategia sulla base del target, del prodotto/servizio da promuovere, delle necessità del cliente e dell'analisi dei media effettuata – Scegliere i media con i quali veicolare il messaggio – Formulare previsioni su emissioni e risultati del plan – Coordinarsi con le agenzie o i responsabili che realizzano la campagna

– Analizzare le strategie ed i media utilizzati dai competitors – Individuare le potenzialità dei diversi media in relazione alle caratteristiche del prodotto/servizio e del target di clienti di riferimento – Individuare media idonei in funzione degli obiettivi e del budget a disposizione – Elaborare una strategia sulla base del target, del prodotto/servizio da promuovere, delle necessità del cliente e dell'analisi dei media effettuata – Scegliere i media con i quali veicolare il messaggio – Formulare previsioni su emissioni e risultati del plan –

Coordinarsi con le agenzie o i responsabili che realizzano la campagna

Titolo: GESTIRE IL MEDIA PLAN

Obiettivo: Media plan implementato e monitorato in funzione degli obiettivi aziendali.

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.14 (ex ADA.25.225.732) - Gestione di campagne pubblicitarie associate:

Risultato atteso:RA2: Provvedere alla realizzazione delle procedure di acquisto degli spazi pubblicitari, curando la relazione con i mezzi di comunicazione, nel rispetto del budget assegnato

Gestione delle procedure di acquisto degli spazi pubblicitari

Risultato atteso:RA3: 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

Controllo del rispetto del calendario di programmazione delle attività pubblicitarie

Controllo del rispetto delle procedure previste per la tutela dei marchi e dei diritti di autore

Gestione delle incongruenze del prodotto pubblicitario rispetto a quanto concordato in fase di contratto

CONOSCENZE

- Procedure di acquisto di spazi pubblicitari - Tecniche di gestione della relazione con i media - Elementi di contrattualistica - Modelli e tecniche di monitoraggio di un media plan - Tecniche di media planning - Tecniche di redazione di report di monitoraggio - Tipologie di incongruenza di un prodotto pubblicitario - Principali riferimenti normativi in materia di copyright e tutela dei marchi

- Procedure di acquisto di spazi pubblicitari - Tecniche di gestione della relazione con i media - Elementi di contrattualistica - Modelli e tecniche di monitoraggio di un media plan - Tecniche di media planning - Tecniche di redazione di report di monitoraggio - Tipologie di incongruenza di un prodotto

pubblicitario – Principali riferimenti normativi in materia di copyright e tutela dei marchi

ABILITÀ/CAPACITÀ

– Adottare procedure per la gestione delle procedure d'acquisto degli spazi pubblicitari, gestendo la relazione con i mezzi di comunicazione – Verificare il rispetto del calendario di programmazione delle attività pubblicitarie – Verificare eventuali incongruenze del prodotto pubblicitario rispetto a quanto stipulato – Verificare il rispetto delle procedure previste per la tutela dei marchi e dei diritti d'autore – Elaborare e analizzare i dati del monitoraggio e confrontarli con le previsioni effettuate nel piano – Adottare procedure per la gestione di eventuali incongruenze e criticità relative all'implementazione del media plan – Elaborare un piano di comunicazione definendo obiettivi, strumenti, destinatari, tempi, costi e funzioni delle risorse da coinvolgere – Gestire il budget di riferimento

– Adottare procedure per la gestione delle procedure d'acquisto degli spazi pubblicitari, gestendo la relazione con i mezzi di comunicazione – Verificare il rispetto del calendario di programmazione delle attività pubblicitarie – Verificare eventuali incongruenze del prodotto pubblicitario rispetto a quanto stipulato – Verificare il rispetto delle procedure previste per la tutela dei marchi e dei diritti d'autore – Elaborare e analizzare i dati del monitoraggio e confrontarli con le previsioni effettuate nel piano – Adottare procedure per la gestione di eventuali incongruenze e criticità relative all'implementazione del media plan – Elaborare un piano di comunicazione definendo obiettivi, strumenti, destinatari, tempi, costi e funzioni delle risorse da coinvolgere – Gestire il budget di riferimento

Titolo: VALUTARE IL MEDIA PLAN

Obiettivo: Analisi e valutazione dei risultati del media plan realizzata

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.14 (ex ADA.25.225.732) - Gestione di campagne pubblicitarie associate:

Risultato atteso:RA4: Verificare i risultati della campagna pubblicitaria, analizzando le variabili utili a misurarne l'efficacia
Verifica e analisi dei risultati della campagna pubblicitaria (es. fidelizzazione, indici di attrazione, indici di vendita, ecc.)

CONOSCENZE

- Elementi di statistica - Tipologia, caratteristiche e funzionalità dei principali software per l'analisi della post evaluation - Modelli e tecniche di marketing - Indicatori e tecniche di valutazione dei risultati di un media plan - Modelli e tecniche di analisi ed elaborazione dei dati
- Elementi di statistica - Tipologia, caratteristiche e funzionalità dei principali software per l'analisi della post evaluation - Modelli e tecniche di marketing - Indicatori e tecniche di valutazione dei risultati di un media plan - Modelli e tecniche di analisi ed elaborazione dei dati

ABILITÀ/CAPACITÀ

- Applicare metodi e tecniche di ricerca e di analisi dei dati per misurare i risultati del media plan - Predisporre un sistema di indicatori per l'analisi dei risultati del media plan (grado di fidelizzazione, indici di attrazione, indici di vendita, ecc.) - Applicare tecniche di valutazione delle diverse dimensioni dell'implementazione del media plan - Elaborare report di post evaluation - Utilizzare software per l'elaborazione e l'analisi dei dati relativi all'efficacia del media plan
- Applicare metodi e tecniche di ricerca e di analisi dei dati per misurare i risultati del media plan - Predisporre un sistema di indicatori per l'analisi dei risultati del media plan (grado di fidelizzazione, indici di attrazione, indici di vendita, ecc.) - Applicare tecniche di valutazione delle diverse dimensioni dell'implementazione del media plan - Elaborare report di post evaluation - Utilizzare software per l'elaborazione e l'analisi dei dati relativi all'efficacia del media plan

Titolo: MONITORARE I MEDIA

Obiettivo: Report di monitoraggio dei diversi media elaborato

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

- Modelli, tecniche e strumenti di monitoraggio e valutazione - Metodologie di ricerca sociale - Processi televisivi e cinematografici - Scenario dei programmi

radio-televisivi – Scenario delle testate giornalistiche – Tipologia e caratteristiche dei diversi social media
– Modelli, tecniche e strumenti di monitoraggio e valutazione – Metodologie di ricerca sociale – Processi televisivi e cinematografici – Scenario dei programmi radio-televisivi – Scenario delle testate giornalistiche – Tipologia e caratteristiche dei diversi social media

ABILITÀ/CAPACITÀ

– Analizzare i diversi media disponibili, tradizionali ed innovativi, online e offline, e loro potenzialità – Analizzare le diverse tipologie di trasmissioni televisive e radiofoniche – Monitorare le fasce orarie e gli ascolti delle diverse programmazioni – Monitorare i media della stampa, la loro diffusione e successo di pubblico – Monitorare i diversi social media, analizzando le diverse opportunità che offrono – Elaborare report di monitoraggio che analizzano caratteristiche e potenzialità dei diversi media
– Analizzare i diversi media disponibili, tradizionali ed innovativi, online e offline, e loro potenzialità – Analizzare le diverse tipologie di trasmissioni televisive e radiofoniche – Monitorare le fasce orarie e gli ascolti delle diverse programmazioni – Monitorare i media della stampa, la loro diffusione e successo di pubblico – Monitorare i diversi social media, analizzando le diverse opportunità che offrono – Elaborare report di monitoraggio che analizzano caratteristiche e potenzialità dei diversi media

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
3.3.3.6.1	Tecnici della pubblicit

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
70.21.00	Pubbliche relazioni e comunicazione
73.11.01	Ideazione di campagne pubblicitarie

Codice Ateco	Titolo Ateco
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