

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

SETTORE 24. [Area comune](#)

REPERTORIO - Toscana

AdA associate alla Qualificazione

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
ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE)	Lombardia
RESPONSABILE INIZIATIVE PROMOZIONALI	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
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Toscana
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	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 ORGANIZZAZIONE EVENTI	Abruzzo	2	X	X
RESPONSABILE SOCIAL MEDIA MANAGER	Calabria	2	X	X
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	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
Tecnico della comunicazione	Lazio	2	X	X
Consulente di immagine e comunicazione moda (Fashion styling and communication advisor)	Lazio	2	X	X
ESSERE IN GRADO DI GESTIRE LE ATTIVITÀ DI SOCIAL MEDIA MARKETING	Liguria	2	X	X
Addetto ufficio stampa	Liguria	2	X	X
Account	Liguria	2	X	X
COMUNICATORE TERRITORIALE	Lombardia	2	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
ESPERTO DI GESTIONE DI COOPERATIVE	Lombardia	2	X	X
ESPERTO PUBBLICHE RELAZIONI	Lombardia	2	X	X
RESPONSABILE UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO	Lombardia	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
Tecnico della comunicazione-informazione	Molise	2	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Digital marketing specialist	Provincia Autonoma di Trento	2	X	X
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Puglia	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 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	
Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi	Calabria	1	X	
MARKETING DIGITALE OPERATIVO	Friuli Venezia Giulia	1		X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
SOCIAL MARKETING OPERATIVO	Friuli Venezia Giulia	1		X
SPECIALISTA SEM (SEM SPECIALIST)	Lombardia	1		X
ESPERTO GESTIONE AREA RISORSE UMANE	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
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Toscana	1	X	
Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi	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		

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2		
TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL MEDIA	Veneto	0				
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
Tecnico della pubblicità	Basilicata	4	X	X	X	X
Tecnico della gestione e controllo di campagne pubblicitarie	Calabria	4	X	X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
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
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
PRODUCER	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 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		
Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	Calabria	2		X		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	
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Puglia	3	X	X		X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
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
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Toscana	3	X	X		X
Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA						
Sezione in aggiornamento						

Competenze

Titolo: Gestione delle risorse umane e materiali impiegate nei processi comunicativi esterni

Descrizione: Definire e controllare i mezzi e le risorse professionali necessarie per l'attuazione del piano di comunicazione nell'ambito dei canali definiti

Attività associate alla Competenza

Attività 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.)

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

Fattori sociologici e psicologici dei consumatori per gestire efficacemente la strategia comunicativa verso i consumatori/utenti

Caratteristiche strutturali dei media e dei canali informativi per gestire efficacemente i contatti con le organizzazioni istituzionali preposte alla trasmissione e diffusione della comunicazione

Legislazione e normativa della comunicazione per eseguire correttamente la trasmissione delle informazioni e il controllo dei fattori di rischio su particolari categorie di destinatari

Principi generali e metodologie di gestione della comunicazione di massa per organizzare la diffusione delle informazioni e sollecitare l'interesse di vasti gruppi di destinatari

Legislazione e trattamento delle informazioni e dei dati aziendali per la corretta gestione e custodia di dati sensibili in entrata

Metodologie e strumenti operativi di comunicazione per l'attuazione delle

strategie di immagine aziendale verso il pubblico e il mercato
Struttura e codici del processo comunicativo per definire la struttura organizzativa delle Relazioni Esterne
Tecniche specialistiche (relationship marketing, event marketing, brand equity, sponsorship, tecniche promozionali) per progettare e definire le migliori combinazioni di azioni di Comunicazione

ABILITÀ/CAPACITÀ

Avanzare progetti di riorganizzazione per il miglioramento delle procedure e dei processi di comunicazione esterna
Gestire i contatti con le risorse esterne e coordinarne le attività
Gestire l'organizzazione delle strutture di comunicazione individuate per la gestione della comunicazione esterna
Individuare le risorse professionali o le strutture esterne in grado di gestire la promozione e la diffusione di informazioni aziendali o di prodotto
Individuare i canali di distribuzione/diffusione delle informazioni aziendali più idonei in riferimento al settore e al target di utenza
Individuare i canali operativi per la diffusione dell'informazione aziendale verso l'esterno
Pianificare e gestire il coordinamento delle attività di comunicazione esterna, per valutare l'integrabilità e la sinergia dei vari messaggi aziendali con l'esterno

Titolo: Organizzazione e gestione degli eventi e delle attività promozionali

Descrizione: Pianificare le attività promozionali e l'organizzazione degli eventi funzionali al posizionamento sul mercato e a realizzare l'obiettivo di riconoscibilità, di miglioramento e/o rafforzamento dell'immagine

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

Metodologie di creazione e gestione di Mailing List, per il coinvolgimento di specifici target di utenza
Strumenti di organizzazione e logistica per gestire la realizzazione di differenti tipologie di eventi
Strumenti e Tecniche di presentazione necessarie a promuovere l'evento
Contabilità e controllo di gestione per la Misurazione dei risultati e del budget

Tecnologia informatica e programmi applicativi per la gestione delle attività organizzative ed operative e per la gestione dei modelli di business propri della rete

Tecniche di Comunicazione settoriale (Corporate e finanziaria di Prodotto, Pubblica, Comunicazione On line...) per la gestione delle Promozioni e sponsorizzazioni nei vari settori operativi

ABILITÀ/CAPACITÀ

Rendere 'mediatico' un evento attraverso l'organizzazione di occasioni di impatto sul target

Controllare e coordinare la logistica degli eventi e la misurazione dei risultati

Pianificare e gestire le promozioni e le sponsorizzazioni nell'area di intervento specifica

Organizzare la promozione di processi di comunicazione interistituzionale anche con l'interconnessione delle banche dati e lo stretto coordinamento di più centri di front office o Customer Point

Titolo: Organizzazione e gestione dell'Ufficio stampa

Descrizione: Organizzare le attività e le funzioni di un Ufficio Stampa interno all'Azienda, nel rispetto delle linee strategiche definite nel piano di comunicazione relativamente all'immagine aziendale ed alla comunicazione esterna

Attività associate alla Competenza

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

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.)

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

pubbлицitarie 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

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

Controllo di gestione per la Quantificazione e valorizzazione della Publicity

Tecniche di gestione della notizia e delle informazioni per la stesura del Comunicato Stampa

Tecniche di monitoraggio stampa per effettuare e organizzare la rassegna stampa

Grafica e tecniche di impaginazione per supervisionare la produzione e la creazione delle tipologie di pubblicazioni

Tecnologia informatica applicata alla realizzazione delle pubblicazioni e alla trasmissione delle informazioni

Tecniche di copywriting per la gestione e la supervisione della realizzazione di messaggi promozionali

ABILITÀ/CAPACITÀ

Organizzare un ufficio stampa per la diffusione delle informazioni esterne

Programmare il monitoraggio stampa per analizzare gli effetti della comunicazione esterna

Raccogliere ed elaborare dati e informazioni collegati direttamente o indirettamente alla Struttura e/o all'attività comunicata, al fine di migliorare la fruibilità del prodotto/servizio sul mercato e aumentare il consenso

Elaborare e diffondere, attraverso gli opportuni strumenti, i comunicati stampa necessari ad informare tempestivamente il mercato su specifici eventi o notizie

Creare e gestire le mailing list, per la trasmissione di specifiche informazioni a target selezionati

Gestire la Rassegna Stampa per pianificare le varie tipologie di pubblicazioni e organizzare la diffusione delle informazioni verso l'esterno in maniera strutturata e completa

Titolo: Gestione delle risorse umane e materiali impiegate nei processi comunicativi interni

Descrizione: Definire il controllo dei mezzi e delle risorse professionali impiegate per l'attuazione del piano di comunicazione nell'ambito dei canali definiti

Attività associate alla Competenza

Attività 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

Struttura e codici del processo comunicativo, per definire le modalità di colloquio con il pubblico e l'impiego e utilizzo della tecnologia in azienda

Metodologie di coordinamento dell'attività delle varie funzioni aziendali per organizzare e gestire il flusso comunicativo interno e le procedure di controllo

Metodologie e strumenti di comunicazione aziendale per gestire efficacemente le informazioni tra le strutture interne

Strumenti e metodologie di costruzione dell'immagine aziendale finalizzate a favorire l'adozione di procedure e comportamenti lavorativi ad essa vincolati

Legislazione e trattamento delle informazioni e dei dati aziendali, per la corretta gestione e custodia di dati sensibili

ABILITÀ/CAPACITÀ

Gestire l'organizzazione delle strutture di comunicazione all'interno dell'azienda/ente e di quelle individuate per la gestione della comunicazione esterna

Individuare i canali operativi per la diffusione dell'informazione aziendale verso l'esterno

Adottare strategie di diffusione, nell'ambito dell'ente/azienda, della cultura della comunicazione

Implementare le procedure di indirizzo e coordinamento delle attività di front e back office

Coordinare le risorse preposte all'attuazione delle procedure relative a segnalazioni, reclami, proposte e suggerimenti nell'ambito dell'ascolto degli utenti

Gestire le procedure di garanzia dei diritti di accesso e partecipazione nonché della tutela della riservatezza dei dati, anche con interventi formativi ed informativi

Pianificare i programmi formativi interni per la gestione delle attività di comunicazione interne ed esterne

Realizzare progetti di riorganizzazione per il miglioramento delle procedure e processi interni ed esterni e/o per il miglioramento dei procedimenti amministrativi

Titolo: Pianificazione delle fasi operative per la realizzazione e controllo del Piano di Comunicazione

Descrizione: Definire le variabili (tempi, costi e modalità) che permettono di controllare e valutare i risultati prodotti dal Piano di Comunicazione nell'ambito della strategia aziendale

Attività associate alla Competenza

Attività 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

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

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

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

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

Struttura organizzativa e gestione delle risorse umane necessarie a identificare la struttura e la metodologia di implementazione di un piano di comunicazione interna adeguato alla specifica realtà

Strumenti di controllo di gestione necessari a verificare l'adeguatezza delle risorse impiegate per l'attuazione del piano di comunicazione

Tecniche e metodologie di comunicazione aziendale per gestire efficacemente le relazioni con la struttura interna e rispondere adeguatamente alle carenze dei flussi comunicativi

Presentazione e strutturazione del progetto di comunicazione per garantire la massima diffusione e applicazione delle procedure di comunicazione definite in funzione di un obiettivo specifico di immagine aziendale

Strumenti di Customer care necessari a garantire un servizio efficace di

assistenza alla clientela anche in funzione degli obiettivi di immagine definiti
Strumenti e metodologie di monitoraggio necessari a verificare la qualità del servizio informativo

ABILITÀ/CAPACITÀ

Definire il piano di comunicazione aziendale (anche al livello di corporate), in termini temporali ed economici, relativamente alla Comunicazione di prodotto/servizio, alla Comunicazione finanziaria e alla Comunicazione interna
Interagire con i vari comparti aziendali per la definizione delle risorse da impiegare nell'attuazione del piano di comunicazione

Definire le procedure e l'organizzazione della diffusione della Comunicazione interna ed esterna

Adottare misure correttive e procedure di controllo per prevenire situazioni di scostamento dall'obiettivo-immagine generale

Analizzare e valutare i risultati delle indagini sulla qualità percepita dai servizi, per definire le azioni correttive

Adeguare le procedure di comunicazione esterna in riferimento alle segnalazioni, reclami, proposte e suggerimenti nell'ambito dell'ascolto degli utenti

Titolo: Progettazione e pianificazione della strategia di comunicazione

Descrizione: Realizzare il Piano di Comunicazione interno ed esterno nell'ambito della strategia di immagine aziendale

Attività associate alla Competenza

Attività 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

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

CONOSCENZE

Linguaggi di comunicazione e utilizzo dei codici diversi per l'impiego nei diversi e specifici ambiti di trasmissione

Legislazione e Diritto della Comunicazione per la corretta gestione e diffusione di dati e delle informazioni sensibili

Marketing e strategie di comunicazione funzionali al controllo degli stanziamenti previsti nel budget e all'individuazione degli strumenti operativi necessari al raggiungimento degli obiettivi di marketing

Principi di economia e bilancio di settore per la corretta applicazione delle metodologie di pianificazione e gestione dei piani di comunicazione

Principi di controllo di gestione per il controllo della pianificazione, della profittabilità, della realizzazione della strategia

Caratteristiche del progetto di comunicazione per la definizione del budget e della strategia operativa

Teoria e tecnica della comunicazione per la definizione delle procedure comunicative interne ed esterne

ABILITÀ/CAPACITÀ

Progettare sistemi integrati di comunicazione pubblica e privata finalizzati al raggiungimento degli obiettivi di immagine e consenso sul mercato

Analizzare la concorrenza e le relative tecniche di comunicazione per cogliere gli elementi che consentono di rispondere prontamente alle esigenze attuali e future dei consumatori

Elaborare la struttura delle campagne informative relazionandosi con l'Organizzazione/struttura preposta alla diffusione della comunicazione

Sviluppare progetti e iniziative nel campo dei new media, per il miglioramento dei servizi agli utenti

Creare e organizzare un servizio orientato al pubblico, per comprendere e soddisfare le sue richieste

Progettare la comunicazione iniziale e/o relativa alla nascita di un'attività (riferita a una singola persona o a un'azienda, ente, organizzazione) al fine di creare consenso di immagine ed incidere sui valori sociali pianificando cambiamenti favorevoli al cliente

Definire strategie, azioni e prodotti nel mondo della comunicazione multimediale

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
3.3.3.6.2	Tecnici delle pubbliche relazioni
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
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