Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi

SETTORE 24. Area comune

REPERTORIO - Toscana

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
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
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
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	

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: Pianificazione delle fasi operative di produzione

Descrizione: Organizzarele risorse e i fattori di produzionenecessari per realizzare l'idea progettuale secondo tempi e costi definiti

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

Tecniche di valutazione comparativa dei differenti strumenti e mezzi di produzione e diffusione dei messaggiper valutare economicamente le scelte del mix ottimale
Tecniche di controllo di gestione e misurazione di costi e benefici prodotti dallo specifico mix di canali comunicativi individuati nella fase progettuale
Metodologie e tecniche di programmazione temporale e quantitativa della diffusione dei messaggiin relazione alle caratteristiche tecniche degli strumenti impiegati
Caratteristiche degli strumenti comunicativi in diversi contesti socio-economicial fine di valutare la loro evoluzione e il loro continuo processo di cambiamento tecnico

ABILITÀ/CAPACITÀ

Definireper tempi, costi e caratteristiche comunicative, il piano di produzione del/dei messaggio/i e pianificare l'organizzazione dei mezzi tecnologici e creativi scelti per la sua produzione
Individuaregli strumenti e i mezzi operativi e tecnologici presenti sul mercato, utilizzabili per la produzione dello specifico messaggio in funzione delle loro caratteristiche tecniche, del loro grado di diffusione e di impatto sul target
Valutarei costi dell'impiego dei vari strumenti e mezzi, in relazione ai risultati prodotti in termini di efficacia e di impatto persuasivo

Titolo: Organizzazione e gestione dei mezzi e degli strumenti produttivi

Descrizione: Selezionareoperatori e strumenti per la produzione del messaggio,organizzandoli secondo specifiche indicazioni dirette a raggiungere il target di destinatari, ottimizzando l'impatto persuasivo e/o informativo

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

Tecniche della comunicazioneper creare e produrre messaggi con effetto informativo, divulgativo, persuasivo, suggestivo, ecc...
Tecniche fondamentali della costruzione linguistica e dell'efficacia comunicativaper una corretta valutazione e applicazione nei diversi contesti sociali, economici e produttivi
Tecniche e metodologie di impiego degli elementi comunicativiche accompagnano il messaggio vocale (musica, video, grafica etc.) necessari e utili per costruire un messaggio complesso e multimediale
Metodologie di analisi e valutazionedei contesti sociali, delle culture e dei generi
Funzionalità dei supporti bidimensionali e tridimensionali della comunicazionein termini di capacità di impiego per la costruzione del/i messaggio/i

Tecniche di produzione visiva, vocale e uditiva dei messaggiper ottimizzare l'efficacia del messaggio e la percezione nell'ambito del target definito

ABILITÀ/CAPACITÀ

Individuaregli strumenti operativi idonei alla produzione di specifici messaggi, ottimizzando l'impatto persuasivo e/o informativo
Selezionareattraverso l'impiego di adeguate procedure e metodologie gli strumenti idonei ad accompagnare il nucleo del messaggio ed impiantarli nel processo di produzione dello stesso
Organizzaree gestire gli operatori dei mezzi individuati, definendo i layout grafici, visivi, musicali
Realizzaree gestire differenti mezzi di rappresentazione del/i messaggio/i in funzione dei diversi contesti sociali, economici e produttivi
Gestiree controllare le attività di produzione intermedie del messaggio, attraverso la definizione degli ambiti di trasmissione e le modalità temporali

Titolo: Impiego degli strumenti operativi e tecnologici necessari alla produzione del messaggio

Descrizione: Utilizzarei mezzi innovativi e tradizionali che producono la forma, la struttura e le caratteristiche del messaggioin funzione dello specifico adattamento all'ambiente di trasmissione

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

Attivitá 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.)

CONOSCENZE

Tecniche di produzione visiva di immagini e di suoni con supporti tecnologiciper la realizzazione dei messaggi nei canali telematici
Tecniche di grafica e gestione delle parole e della linguisticaper la realizzazione dei messaggi nelle varie forme espressive
Sistemi complementari di presentazione del messaggioper la produzione dei messaggi in accompagnamento alle visioni tradizionali bidimensionali e tridimensionali
Legislazione e normativa della comunicazioneper la corretta applicazione dei principi che regolano la diffusione delle informazioni dirette a specifiche categorie di destinatari
Software applicativiper la gestione degli elementi visivi, uditivi e grafici del messaggio

ABILITÀ/CAPACITÀ

Realizzarela diffusione del messaggio attraverso i diversi canali percettivi (vocale, visivo, uditivo)
Presidiarele diverse fasi di produzione del messaggio con gli opportuni mezzi e strumenti
Realizzareil messaggio impiegando le diverse tecniche di rappresentazione
Impiegaregli strumenti tecnologici e informatici in grado di realizzare il prodotto comunicativo secondo gli standard qualitativi definiti
Realizzareil messaggio utilizzando i diversi canali di diffusione

Titolo: Progettazione della struttura del messaggio o prodotto comunicativo

Descrizione: Definirela forma, le modalità, la quantità e le caratteristiche visive e uditive del messaggio informativo di un prodotto/servizionei limiti dei costi

definiti e in funzione del contesto e degli obiettivi indicati dal committente

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

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

Tecniche di analisi dei costi di produzione connessi a specifici canali comunicativial fine di valutare le criticità e le potenzialità del loro impiego in funzione dell'obiettivo strategico del messaggio
Struttura e strumenti del mercato della comunicazionenecessari alla produzione di diverse tipologie di linguaggio, in relazione al contesto e ai destinatari
Legislazione e normativa della comunicazioneper la corretta gestione delle informazioni dirette a specifiche categorie di destinatari
Tecniche di Marketing e strumenti di comunicazione promozionaleal fine di definire l'appropriato piano di comunicazione e valutarne efficacemente l'impatto su uno specifico target attraverso la selezione di opportuni mezzi e strumenti

Elementi di psicologia e sociologianecessari ad identificare il contesto di riferimento del target, di contesti tradizionalmente dedicati alla diffusione dei messaggi e di quelli innovativi o in fase di sviluppo

ABILITÀ/CAPACITÀ

Organizzarele informazioni raccolte sul prodotto/servizio oggetto della comunicazione al fine di individuare le caratteristiche percettive del suo ambito di azione o di quello proposto dal committente
Valutaretramite opportune informazioni e analisi le caratteristiche dei destinatari e il loro grado di esigenza, le loro abitudini e costumi, al fine di individuare i fattori di persuasione e di attrazione sui quali agire
Individuarele caratteristiche oggettive e soggettive dell'utenza di riferimento e del suo ambito di azione per definire le modalità di diffusione più idonee

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
3.3.3.6.2	Tecnici delle pubbliche relazioni
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

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