

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
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 di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	Calabria	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
Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali	Campania	2	X	X
PREDISPOSIZIONE DEL BRIEF DI COMUNICAZIONE	Friuli Venezia Giulia	2	X	X
SOCIAL MEDIA MANAGER	Lombardia	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
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
Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi	Toscana	2	X	X
Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	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	
DIGITAL MARKETING STRATEGICO	Friuli Venezia Giulia	1	X	
SOCIAL MARKETING STRATEGICO	Friuli Venezia Giulia	1	X	
MANAGER DI DISTRETTO COMMERCIALE	Lombardia	1	X	

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico della comunicazione-information	Molise	1	X	
TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL MEDIA	Veneto	1	X	
ESPERTO DI FUNDRAISING	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		

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
SOCIAL MEDIA MANAGER	Abruzzo	2	X	X
TECNICO ORGANIZZAZIONE EVENTI	Abruzzo	2	X	X
TECNICO COMUNICAZIONE ED IMMAGINE	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

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
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
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

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Gestire le attività di social media marketing	Lombardia	2	X	X
COMUNICATORE TERRITORIALE	Lombardia	2	X	X
Tecnico della comunicazione-information	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	
Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi	Calabria	1	X	
MARKETING DIGITALE OPERATIVO	Friuli Venezia Giulia	1		X
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		
TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL MEDIA	Veneto	0		

Competenze

Titolo: Pianificazione delle fasi operative di produzione

Descrizione: Organizzare le risorse e i fattori di produzione necessari per realizzare l'idea progettuale secondo tempi e costi definiti

Attività associate alla Competenza

Attività 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

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

CONOSCENZE

Tecniche di valutazione comparativa dei differenti strumenti e mezzi di produzione e diffusione dei messaggi per 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 messaggi in relazione alle caratteristiche tecniche degli strumenti impiegati
Caratteristiche degli strumenti comunicativi in diversi contesti socio-economici a fine di valutare la loro evoluzione e il loro continuo processo di cambiamento tecnico

ABILITÀ/CAPACITÀ

Definire per 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
Individuare gli 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
Valutare i 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: Selezionare operatori 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

Attività 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

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

CONOSCENZE

Tecniche della comunicazione per creare e produrre messaggi con effetto informativo, divulgativo, persuasivo, suggestivo, ecc...
Tecniche fondamentali della costruzione linguistica e dell'efficacia comunicativa per una corretta valutazione e applicazione nei diversi contesti sociali, economici e produttivi
Tecniche e metodologie di impiego degli elementi comunicativi che accompagnano il messaggio vocale (musica, video, grafica etc.) necessari e utili per costruire un messaggio complesso e multimediale
Metodologie di analisi e valutazione dei contesti sociali, delle culture e dei generi
Funzionalità dei supporti bidimensionali e tridimensionali della comunicazione in termini di capacità di impiego per la costruzione del/i messaggio/i
Tecniche di produzione visiva, vocale e uditiva dei messaggi per ottimizzare l'efficacia del messaggio e la percezione nell'ambito del target definito

ABILITÀ/CAPACITÀ

Individuare gli strumenti operativi idonei alla produzione di specifici messaggi, ottimizzando l'impatto persuasivo e/o informativo
Selezionare attraverso l'impiego di adeguate procedure e metodologie gli strumenti idonei ad accompagnare il nucleo del messaggio ed impiantarli nel processo di produzione dello stesso
Organizzare e gestire gli operatori dei mezzi individuati, definendo i layout grafici, visivi, musicali
Realizzare e gestire differenti mezzi di rappresentazione del/i messaggio/i in funzione dei diversi contesti sociali, economici e produttivi
Gestire e 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: Utilizzare i mezzi innovativi e tradizionali che producono la forma, la struttura e le caratteristiche del messaggio in funzione dello specifico adattamento all'ambiente di trasmissione

Attività associate alla Competenza

Attività 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

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.)

CONOSCENZE

Tecniche di produzione visiva di immagini e di suoni con supporti tecnologici per la realizzazione dei messaggi nei canali telematici

Tecniche di grafica e gestione delle parole e della linguistica per la realizzazione dei messaggi nelle varie forme espressive

Sistemi complementari di presentazione del messaggio per la produzione dei messaggi in accompagnamento alle visioni tradizionali bidimensionali e tridimensionali

Legislazione e normativa della comunicazione per la corretta applicazione dei principi che regolano la diffusione delle informazioni dirette a specifiche categorie di destinatari

Software applicativi per la gestione degli elementi visivi, uditi e grafici del messaggio

ABILITÀ/CAPACITÀ

Realizzare la diffusione del messaggio attraverso i diversi canali percettivi (vocale, visivo, uditivo)

Presidiare le diverse fasi di produzione del messaggio con gli opportuni mezzi e strumenti

Realizzare il messaggio impiegando le diverse tecniche di rappresentazione

Impiegare gli strumenti tecnologici e informatici in grado di realizzare il prodotto comunicativo secondo gli standard qualitativi definiti

Realizzare il messaggio utilizzando i diversi canali di diffusione

Titolo: Progettazione della struttura del messaggio o prodotto comunicativo

Descrizione: Definire la forma, le modalità, la quantità e le caratteristiche visive e uditive del messaggio informativo di un prodotto/servizio nei limiti dei costi definiti e in funzione del contesto e degli obiettivi indicati dal committente

Attività associate alla Competenza

Attività 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

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

CONOSCENZE

Tecniche di analisi dei costi di produzione connessi a specifici canali comunicativi al fine di valutare le criticità e le potenzialità del loro impiego in funzione dell'obiettivo strategico del messaggio

Struttura e strumenti del mercato della comunicazione necessari alla produzione di diverse tipologie di linguaggio, in relazione al contesto e ai destinatari
Legislazione e normativa della comunicazione per la corretta gestione delle informazioni dirette a specifiche categorie di destinatari

Tecniche di Marketing e strumenti di comunicazione promozionale al 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 sociologia necessari 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

Organizzare le 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

Valutare tramite 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

Individuare le 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