

## Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali

### SETTORE 24. Area comune

REPERTORIO - Calabria

#### AdA associate alla Qualificazione

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

#### Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico delle industrie culturali e creative	Basilicata
Tecnico della pubblicità	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
Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi	Toscana
Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	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
SOCIAL MEDIA MANAGER	Lombardia	2	X	X

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>
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
<b>Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA</b>				
<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>
TECNICO DELLA COMUNICAZIONE-INFORMAZIONE	Emilia-Romagna	1	X	
SOCIAL MARKETING STRATEGICO	Friuli Venezia Giulia	1	X	
DIGITAL MARKETING STRATEGICO	Friuli Venezia Giulia	1	X	
MANAGER DI DISTRETTO COMMERCIALE	Lombardia	1	X	

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico della comunicazione-informazione	Molise	1	X	
ESPERTO DI FUNDRAISING	Veneto	1	X	
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.24.04.14 (ex ADA.25.225.732) - Gestione di campagne pubblicitarie

### Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico della pubblicità	Basilicata
Media planner	Liguria
RESPONSABILE INIZIATIVE PROMOZIONALI	Lombardia
PRODUCER	Lombardia
MEDIA PLANNER	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
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
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
MEDIA PLANNER	Lombardia	4	X	X	X	X
Tecnico della comunicazione mediale	Piemonte	4	X	X	X	X

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>	<b>RA3</b>	<b>RA4</b>
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
<b>Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA</b>						
<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>	<b>RA3</b>	<b>RA4</b>
SOCIAL MEDIA MANAGER	Abruzzo	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
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Calabria	3	X	X		X

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>	<b>RA3</b>	<b>RA4</b>
Art director	Liguria	2	X		X	
ESPERTO DI FUND RAISING	Lombardia	2	X	X		
Gestire attività di Lead Generation	Lombardia	3	X	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
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
Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie	Toscana	1		X		

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

## Competenze

### **Titolo: Ricerche e analisi di mercato**

**Descrizione:** Identificare gli stili e le abitudini dei vari target di mercato per la creazione del richiamo e l'individuazione dei fattori di attrazione sul prodotto/servizio

### 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**

Tecniche di comunicazione per la gestione dei sondaggi d'opinione  
Sociologia e costume per l'analisi e la rilevazione delle tendenze di vasti gruppi sociali  
Normativa per la tutela della privacy nel trattamento dei dati  
Metodologie di ricerca per effettuare la raccolta dei dati e delle informazioni  
Funzionamento e organizzazione delle strutture di ricerca per acquisire agevolmente le informazioni e l'accesso ai servizi offerti  
Elementi di statistica sociale per misurare e valutare i fenomeni sociali

### **ABILITÀ/CAPACITÀ**

Analizzare i dati per interpretare le tendenze del mercato e della concorrenza  
Elaborare le informazioni per definire gli elementi significativi che caratterizzano le scelte di categorie di consumatori  
Commissionare alle strutture e agli istituti di ricerca opportune indagini e sondaggi sull'area di mercato interessata  
Analizzare il mercato di riferimento raccogliendo dati significativi per la

**Titolo: Progettazione e pianificazione della strategia comunicativa**

**Descrizione: Definire il messaggio globale e lo style d'immagine sulla base degli obiettivi definiti nella strategia di marketing aziendale**

**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.24.04.14 (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

Elementi di sociologia per riconoscere i fattori che determinano e classificano le relazioni sociali  
Tecniche della comunicazione grafico-visiva per riconoscere gli elementi di attrazione su specifici target e misurarne gli effetti  
Psicologia dei consumi per l'identificazione dei fattori di scelta degli acquirenti del prodotto/servizio  
Linguaggi di comunicazione per analizzare le modalità con cui avvengono gli scambi comunicativi all'interno di uno specifico contesto e tra gruppi diversi di interlocutori

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Formulare le indicazioni per la progettazione delle soluzioni creative  
Formulare le indicazioni e le soluzioni per la selezione dei media  
Analizzare le potenzialità dei canali comunicativi in funzione delle caratteristiche del prodotto/servizio esaminato  
Fornire gli elementi significativi per la definizione del brief aziendale  
Formulare le soluzioni e le strategie comunicative idonee a conseguire gli obiettivi aziendali e di marketing

**Titolo: Progettazione e pianificazione della campagna pubblicitaria**

**Descrizione: Definire la strategia distributiva della campagna in termini di modalità e tempistica di realizzazione**

## 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.24.04.14 (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

## CONOSCENZE

Elementi di comunicazione multimediale per gestire la programmazione della campagna in ambito web

Struttura e organizzazione del settore della comunicazione e dei media per gestire i rapporti con le strutture di produzione e realizzazione delle attività pubblicitarie

Strumenti e mezzi di produzione per valutare la funzionalità della produzione in relazione ai tempi e alle modalità di programmazione

Indicatori e modelli di misurazione del messaggio comunemente utilizzati per valutare l'efficacia sul destinatario (ricordo, riconoscimento, persuasione e comportamento d'acquisto)

Tecniche pubblicitarie per la programmazione delle attività operative relative alla produzione

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Formulare un piano operativo in cui siano selezionati i vari strumenti di promozione

Gestire il controllo sugli strumenti operativi di produzione negli specifici canali

di diffusione, in funzione degli obiettivi strategici fissati  
Identificare gli strumenti tecnici e tecnologici da impiegare nelle varie fasi di produzione  
Identificare le risorse umane e materiali necessarie per la produzione dei singoli interventi  
Selezionare la strategia creativa e di utilizzo dei media che possa veicolare efficacemente il contenuto della campagna  
Programmare le fasi della campagna attraverso la pianificazione temporale dei media (copertura, frequenza, continuità)

**Titolo: Progettazione e pianificazione delle sponsorizzazioni e delle attività promozionali**

**Descrizione: Selezionare le opportunità offerte dal mercato funzionali all'identificazione di testimonial e alla ricerca di occasioni di sponsorizzazione**

#### 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.24.04.14 (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

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

Tecniche di pubbliche relazioni per gestire i contatti con le strutture di sponsorship

Strumenti di marketing operativo da impiegare nelle attività promozionali

Disciplina dei contratti di sponsorizzazione per l'applicazione delle norme di regolamentazione dell'attività di sponsor

Comunicazione di impresa per trasferire l'immagine aziendale nel prodotto promozionale e nel contesto di sponsor

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Gestire l'immagine aziendale attraverso una coerente strategia di sponsorizzazione individuando settori e canali rappresentativi (abbinamento di marca e di immagine)

Individuare gli strumenti promozionali direttamente collegati alle abitudini del target di riferimento

Sviluppare e gestire i rapporti con le strutture che svolgono attività di pubblico interesse e/o le organizzazioni rappresentative del settore di riferimento

Pianificare le attività di promozione in funzione degli obiettivi di marketing (acquisizione, fidelizzazione, penetrazione;..)

Organizzare i contatti con gli enti pubblici e le organizzazioni rappresentative del settore di riferimento  
Sviluppare strategie di sponsorizzazione attraverso l'acquisizione di sponsorship e affiliazioni

### Codici ISTAT CP2021 associati

<b>Codice</b>	<b>Titolo</b>
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
3.3.3.6.1	Tecnici della pubblicità

### Codici ISTAT ATECO associati

<b>Codice Ateco</b>	<b>Titolo Ateco</b>
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

Copyright 2025 INAPP | All Rights Reserved