

Dettaglio Qualificazione | Atlante Lavoro | INAPP

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

SETTORE 24. <u>Area comune</u>
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 della pubblicità  | Basilicata               |
| Tecnico delle industrie culturali e creative  | Basilicata               |
| Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali   | Campania                 |
| PREDISPOSIZIONE DEL BRIEF DI COMUNICAZIONE  | Friuli Venezia<br>Giulia |
| 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<br>coperti | RA1 | RA2      |
|--|--------------------------|---------------|-----|----------|
| SOCIAL MEDIA MANAGER   | Abruzzo                  | 2             | Х   | Х        |
| TECNICO COMUNICAZIONE ED IMMAGINE  | Abruzzo                  | 2             | Х   | X        |
| Tecnico della pubblicità   | Basilicata               | 2             | Χ   | X        |
| Tecnico della progettazione e dei processi di realizzazione di messaggi/prodotti comunicativi  | Calabria                 | 2             | Х   | X        |
| Responsabile di progettazione e<br>pianificazione della strategia<br>comunicativa, campagna pubblicitaria,<br>sponsorizzazioni e attività promozionali | Calabria                 | 2             | Х   | X        |
| RESPONSABILE SOCIAL MEDIA MANAGER  | Calabria                 | 2             | Χ   | Χ        |
| Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali  | Campania                 | 2             | Χ   | X        |
| PREDISPOSIZIONE DEL BRIEF DI<br>COMUNICAZIONE  | Friuli Venezia<br>Giulia | 2             | Х   | Х        |
| ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE)  | Lombardia                | 2             | Χ   | Х        |
| COMUNICATORE DEL WELFARE<br>TERRITORIALE   | Lombardia                | 2             | Χ   | Х        |
| ESPERTO DI GESTIONE DI COOPERATIVE   | Lombardia                | 2             | Х   | X        |
| SOCIAL MEDIA MANAGER   | Lombardia                | 2             | Χ   | Х        |
| ESPERTO DI FUND RAISING  | Lombardia                | 2             | Х   | Х        |
| ESPERTO PUBBLICHE RELAZIONI  | Lombardia                | 2             | Х   | X<br>2/1 |



| Qualificazione   | Repertorio                         | RA<br>coperti | RA1 | RA2 |
|--|------------------------------------|---------------|-----|-----|
| COMUNICATORE TERRITORIALE  | Lombardia                          | 2             | Χ   | Χ   |
| Digital marketing specialist   | Provincia<br>Autonoma di<br>Trento | 2             | Х   | Χ   |
| Responsabile di progettazione e<br>pianificazione della strategia<br>comunicativa, campagna pubblicitaria,<br>sponsorizzazioni e attività promozionali | Puglia                             | 2             | Х   | Х   |
| Tecnico della progettazione e dei<br>processi di realizzazione di<br>messaggi/prodotti comunicativi  | Toscana                            | 2             | X   | Х   |
| Responsabile di progettazione e<br>pianificazione della strategia<br>comunicativa, campagna pubblicitaria,<br>sponsorizzazioni e attività promozionali | Toscana                            | 2             | Х   | X   |
| TECNICO SPECIALIZZATO IN CAMPAGNE<br>COMUNICATIVO PROMOZIONALI   | Veneto                             | 2             | Χ   | Χ   |

# Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

| Qualificazione                               | Repertorio     | RA<br>coperti | RA1 | RA2 |
|--|----------------|---------------|-----|-----|
| TECNICO DELLA COMUNICAZIONE-<br>INFORMAZIONE | Emilia-Romagna | 1             | Χ   |     |
| MANAGER DI DISTRETTO COMMERCIALE             | Lombardia      | 1             | Х   |     |
| Tecnico della comunicazione-<br>informazione | Molise         | 1             | Χ   |     |
| ESPERTO DI FUNDRAISING                       | Veneto         | 1             | Х   |     |



| Qualificazione                           | Repertorio | RA<br>coperti | RA1 RA2 |
|--|------------|---------------|---------|
| TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL<br>MEDIA | Veneto     | 1             | Χ       |

# Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

promozionali e risorse umane

| 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                              | 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<br>coperti | RA1 | RA2 |
|---|--------------------------|---------------|-----|-----|
| TECNICO ORGANIZZAZIONE EVENTI   | Abruzzo                  | 2             | Х   | Х   |
| TECNICO COMUNICAZIONE ED IMMAGINE   | Abruzzo                  | 2             | Χ   | X   |
| SOCIAL MEDIA MANAGER  | Abruzzo                  | 2             | Χ   | X   |
| Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione                                    | Calabria                 | 2             | Χ   | X   |
| RESPONSABILE SOCIAL MEDIA<br>MANAGER  | Calabria                 | 2             | Χ   | Х   |
| Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali   | Campania                 | 2             | Χ   | X   |
| TECNICO DELLA COMUNICAZIONE-<br>INFORMAZIONE  | Emilia-Romagna           | 2             | Χ   | X   |
| ESPERTO IN ORGANIZZAZIONE DI<br>EVENTI E CONGRESSI  | Friuli Venezia<br>Giulia | 2             | Χ   | X   |
| Consulente di immagine e<br>comunicazione moda (Fashion styling<br>and communication advisor) | Lazio                    | 2             | Χ   | Х   |
| Tecnico della comunicazione   | Lazio                    | 2             | Х   | X   |
| Account   | Liguria                  | 2             | Х   | X   |
| ESSERE IN GRADO DI GESTIRE LE<br>ATTIVITÀ DI SOCIAL MEDIA MARKETING                           | Liguria                  | 2             | Χ   | Х   |



| Qualificazione   | Repertorio | RA<br>coperti | RA1 | RA2 |
|--|------------|---------------|-----|-----|
| Addetto ufficio stampa   | Liguria    | 2             | Х   | Х   |
| EFFETTUARE LA GESTIONE DEL<br>SISTEMA DI INFORMAZIONE DI UN<br>SERVIZIO PUBBLICO | Lombardia  | 2             | Х   | Х   |
| RESPONSABILE DELLA<br>COMUNICAZIONE INTERNA                                      | Lombardia  | 2             | Χ   | Χ   |
| Gestire attività di Lead Generation  | Lombardia  | 2             | Χ   | Χ   |
| ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE)  | Lombardia  | 2             | Χ   | Χ   |
| ORGANIZZATORE DI EVENTI  | Lombardia  | 2             | Χ   | Χ   |
| Gestire le attività di social media<br>marketing                                 | Lombardia  | 2             | Χ   | Χ   |
| COMUNICATORE TERRITORIALE  | Lombardia  | 2             | Χ   | Χ   |
| ESPERTO DI GESTIONE DI<br>COOPERATIVE  | Lombardia  | 2             | Χ   | Χ   |
| ESPERTO PUBBLICHE RELAZIONI  | Lombardia  | 2             | Χ   | Χ   |
| RESPONSABILE UFFICIO RELAZIONI<br>CON IL PUBBLICO                                | Lombardia  | 2             | Χ   | Χ   |
| ESPERTO DI FUND RAISING  | Lombardia  | 2             | Χ   | Χ   |
| SOCIAL MEDIA MANAGER   | Lombardia  | 2             | Χ   | Χ   |
| RESPONSABILE INIZIATIVE<br>PROMOZIONALI  | Lombardia  | 2             | Χ   | X   |
| Gestire attività di comunicazione aziendale                                      | Lombardia  | 2             | Χ   | Χ   |
| COMUNICATORE DEL WELFARE<br>TERRITORIALE   | Lombardia  | 2             | Χ   | Χ   |



| Qualificazione   | Repertorio                         | RA<br>coperti | RA1 | RA2 |
|--|------------------------------------|---------------|-----|-----|
| Tecnico della comunicazione-<br>informazione   | Molise                             | 2             | Х   | Х   |
| Digital marketing specialist   | Provincia<br>Autonoma di<br>Trento | 2             | Х   | Х   |
| Tecnico dell'elaborazione delle<br>strategie di comunicazione  | Puglia                             | 2             | Χ   | X   |
| Responsabile della progettazione e<br>pianificazione di strategie di<br>comunicazione, della gestione di ufficio<br>stampa, attività promozionali e risorse<br>umane | Puglia                             | 2             | X   | Х   |
| Tecnico specializzato in marketing -<br>Comunicazione  | Sicilia                            | 2             | Χ   | Х   |
| Tecnico dell'elaborazione delle<br>strategie di comunicazione  | Toscana                            | 2             | Х   | Х   |
| TECNICO SPECIALIZZATO IN CAMPAGNE COMUNICATIVO PROMOZIONALI  | Veneto                             | 2             | Х   | Х   |

# Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

| Qualificazione  | Repertorio | RA<br>coperti | RA1 | RA2 |
|---|------------|---------------|-----|-----|
| Tecnico della progettazione e dei processi<br>di realizzazione di messaggi/prodotti<br>comunicativi   | Calabria   | 1             | X   |     |
| Responsabile della progettazione e<br>pianificazione di strategie di comunicazione,<br>della gestione di ufficio stampa, attività<br>promozionali e risorse umane | Calabria   | 1             | Х   |     |



|            | RA                                       |  |  |
|------------|--|--|--|
| Repertorio | coperti                                  | RA1  | RA2  |
| Lombardia  | 1  | Х  |  |
| Lombardia  | 1  |  | Χ  |
| Puglia     | 1  | Х  |  |
| Sardegna   | 1  |  | Χ  |
| Toscana    | 1  | Х  |  |
| Toscana    | 1  | Х  |  |
| Veneto     | 1  | Χ  |  |
| à dell'ADA |  |  |  |
|            |  |  |  |
| Repertorio | RA<br>coperti                            | RA1  | RA2  |
|            |  | RA1  | RA2  |
|            | Lombardia Puglia Sardegna Toscana Veneto | Lombardia 1 Puglia 1 Sardegna 1 Toscana 1 Veneto 1 | Lombardia 1  Puglia 1 X  Sardegna 1  Toscana 1 X  Veneto 1 X |

0

Veneto

# Competenze

TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL MEDIA



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

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 comunicazione per creare e produrre messaggi con effetto informativo, divulgativo, persuasivo, suggestivo, ecc...

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 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

Tecniche fondamentali della costruzione linguistica e dell'efficacia comunicativa per una corretta valutazione e applicazione nei diversi contesti sociali, economici e produttivi

#### ABILITÀ/CAPACITÀ

Gestire e controllare le attività di produzione intermedie del messaggio, attraverso la definizione degli ambiti di trasmissione e le modalità temporali Individuare gli strumenti operativi idonei alla produzione di specifici messaggi, ottimizzando l'impatto persuasivo e/o informativo

Realizzare e gestire differenti mezzi di rappresentazione del/i messaggio/i in funzione dei diversi contesti sociali, economici e produttivi

Organizzare e gestire gli operatori dei mezzi individuati, definendo i layout grafici, visivi, musicali

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

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

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**

Caratteristiche degli strumenti comunicativi in diversi contesti socio-economici al fine di valutare la loro evoluzione e il loro continuo processo di cambiamento tecnico

Tecniche di controllo di gestione e misurazione di costi e benefici prodotti dallo specifico mix di canali comunicativi individuati nella fase progettuale Tecniche di valutazione comparativa dei differenti strumenti e mezzi di produzione e diffusione dei messaggi per valutare economicamente le scelte del mix ottimale

Metodologie e tecniche di programmazione temporale e quantitativa della



diffusione dei messaggi in relazione alle caratteristiche tecniche degli strumenti impiegati

#### 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: 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

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

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, uditivi e grafici del messaggio

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

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

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

#### ABILITÀ/CAPACITÀ

Impiegare gli strumenti tecnologici e informatici in grado di realizzare il prodotto comunicativo secondo gli standard qualitativi definiti Presidiare le diverse fasi di produzione del messaggio con gli opportuni mezzi e strumenti

Realizzare il messaggio utilizzando i diversi canali di diffusione Realizzare il messaggio impiegando le diverse tecniche di rappresentazione Realizzare la diffusione del messaggio attraverso i diversi canali percettivi (vocale, visivo, uditivo)

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

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 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

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

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

| 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 |
| 3.3.3.6.2 | Tecnici delle 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