

## Tecnico della gestione e controllo di campagne pubblicitarie

 **SETTORE 24. [Area comune](#)**

REPERTORIO - Calabria

### AdA associate alla Qualificazione

ADA.24.04.14 (ex ADA.25.225.732) - Gestione di campagne pubblicitarie

#### Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico della pubblicità	Basilicata
GESTIONE DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE	Friuli Venezia Giulia
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

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>	<b>RA3</b>	<b>RA4</b>
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
PRODUCER	Lombardia	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
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

<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	Toscana	4	X	X	X	X
MEDIA PLANNER	Veneto	4	X	X	X	X

### Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>	<b>RA3</b>	<b>RA4</b>
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
Art director	Liguria	2	X		X	
Gestire attività di Lead Generation	Lombardia	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>
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
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		
Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	Toscana	2		X		X

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

## Competenze

**Titolo:** Controllo di gestione

**Descrizione:** Conseguire il risultato economico attraverso l'implementazione della strategia controllando tempi e costi di realizzazione

Attività associate alla Competenza

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: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 budgeting per elaborare un piano previsionale di spesa

Tecniche di analisi economica per valutare il prodotto della campagna in

relazione ai differenti mezzi di produzione e di diffusione dei messaggi impiegati

Programmi informatici indispensabili alla gestione e al controllo delle informazioni

Economia e tecnica della pubblicità per gestire il controllo dei costi in funzione delle attività richieste e degli investimenti sostenuti

Criteri e metodologie di comparazione quali-quantitativa sull'utilizzo dei mezzi di comunicazione in relazione all'ambiente e al target di destinazione

Tecniche statistiche per l'analisi e il monitoraggio dei dati raccolti durante la campagna

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Assicurare il rispetto dei tempi di realizzazione e dei costi previsti dal piano di comunicazione e/o dalle attività promozionali

Contrattare i recuperi per quelle parti della pianificazione non coerenti con gli accordi precedentemente stipulati con editori e concessionari

Valutare i costi dell'impiego dei vari strumenti e mezzi, in relazione ai risultati previsti in termini economici

Valutare i risultati quantitativi generati dalla campagna pubblicitaria confrontandoli con le previsioni della strategia media

## Titolo: Verifica e analisi dei risultati della campagna

**Descrizione:** Eseguire i controlli sul risultato di acquisizione e fidelizzazione del cliente acquisiti attraverso l'implementazione della strategia e adottando eventuali procedure correttive per il recupero del gap

## Attività associate alla Competenza

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

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

Aspetti amministrativi e fiscali per la disciplina contrattuale dell'operatore professionale pubblicitario  
Disciplina e autodisciplina della pubblicità commerciale per il controllo delle attività interne ed esterne inerenti la pubblicità menzognera, ingannevole, comparativa  
Economia e tecnica della pubblicità per l'applicazione di metodologie di valutazione dell'economia e dell'efficacia della campagna  
Elementi di diritto amministrativo per la gestione dei ricorsi contro le decisioni dell'autorità preposta e la legittimazione all'azione  
Elementi di diritto industriale e commerciale per garantire la tutela dei segni distintivi dell'impresa  
Normativa in materia di diritto d'autore e industriale per la tutela della produzione intellettuale  
Strumenti e strategie della comunicazione d'impresa necessari a favorire l'impiego degli strumenti della pianificazione  
Strumenti e tecniche di misurazione della fedeltà per valutare i tassi di riacquisto e le acquisizioni attese, le modalità di incremento della fidelizzazione e le dinamiche di soddisfazione

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Controllare il rispetto delle procedure inerenti la tutela del marchio  
Contestare eventuali incongruenze con gli accordi siglati, nonché le eventuali distorsioni nella pubblicazione degli annunci pubblicitari  
Controllare la reale uscita degli avvisi/comunicati secondo quanto previsto dal calendario  
Controllare l'applicazione della normativa e della deontologia professionale nell'attuazione delle attività promozionali  
Monitorare le campagne pubblicitarie in termini di impatto sui consumatori, per verificare la fidelizzazione e l'attrazione  
Gestire le attività inerenti la tutela del diritto di autore e dei vincoli di concorrenza

**Titolo:** Gestione e controllo della campagna pubblicitaria

**Descrizione:** Rispettare i tempi e le modalità di comunicazione nell'ambito dei

mezzi di trasmissione utilizzati e intervenendo all'occorrenza con opportune manovre correttive

Attività associate alla Competenza

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: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

Codice Internet e del commercio elettronico, per la gestione e l'utilizzo delle informazioni e la diffusione delle informazioni via web

Fonti nazionali e internazionali di autoregolamentazione della deontologia professionale

Disciplina fiscale e contratti operanti nel settore pubblicitario, per gestire i rapporti di collaborazione e le forniture

Tecniche di copywriting e below the line per la produzione della comunicazione esterna (depliant, locandine, brochure)

Stampa e strumenti di produzione per la gestione delle pubblicazioni e inserzioni

Normativa in materia di diritto d'autore e industriale, per gestire le attività di produzione intellettuale

Tecniche di gestione integrata delle campagne per l'attuazione delle attività di direct marketing, sponsorizzazioni, relazioni pubbliche, promozioni e merchandising

Tecniche di web advertising per applicare le dinamiche delle politiche di prezzo e delle forme di promozione interattiva nelle campagne online

Tecniche di produzione video per l'adattamento di uno spot dalla stampa alla



televisione e viceversa

#### ABILITÀ/CAPACITÀ

Applicare le procedure di art directing per la verifica dell'impostazione dell'immagine della campagna

Coordinare i contatti con le strutture di produzione radio televisiva per la realizzazione di spot

Contrattare con editori e concessionari per l'acquisto degli spazi pubblicitari e la gestione delle relative prenotazioni

Gestire le produzioni promozionali attraverso il coordinamento delle attività dei tecnici di settore (grafici, art director, copywriter)

Gestire i contatti con le organizzazioni e gli enti che richiedono sponsorizzazioni

Coordinare le attività di produzione del canale visivo tradizionale (stampa, fotografia)

Coordinare le attività di produzione del canale multimediale della comunicazione

#### Titolo: Studio e analisi di progettazione

**Descrizione:** Presentare la proposta strategica di pianificazione dei media e il budget delle risorse da impiegare per la gestione delle attività in esso programmate in funzione dello specifico obiettivo di marketing assegnato

#### Attività associate alla Competenza

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

Teoria e tecnica della progettazione pubblicitaria per la pianificazione e la progettazione creativa  
 Psicologia della comunicazione per individuare gli elementi influenti e gli effetti sul mondo aziendale  
 Principi di analisi di marketing per la valutazione dell'ambiente, del mercato, della concorrenza  
 Normativa della comunicazione e della pubblicità commerciale per gestire correttamente la diffusione delle informazioni e le modalità di erogazione  
 Diritto privato in materia di consumi per la tutela dei consumatori  
 Web marketing per gestire la segmentazione, le strategie, le leve operative del canale multimediale

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Formulare proposte di 'media plan', ovvero di ripartizione degli investimenti, di scelta dei veicoli e di distribuzione temporale della campagna  
 Eseguire ricerche e indagini di mercato per misurare gli effetti e le leve del messaggio pubblicitario sul target di riferimento  
 Definire una strategia di comunicazione pubblicitaria in base al servizio da reclamizzare e al taglio del messaggio pubblicitario  
 Definire una o più strategie di media, per raggiungere gli obiettivi di marketing prefissati, attraverso l'analisi dei mezzi di comunicazione e dell'attività dei concorrenti

### Codici ISTAT CP2011 associati

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

### 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