

## REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

QUALIFICAZIONE PROFESSIONALE	
<b>Denominazione qualificazione</b>	<b>Tecnico esperto delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie</b>
<b>Livello EQF</b>	5
<b>Settore Economico Professionale</b>	SEP 24 - Area comune
<b>Area di Attività</b>	ADA.24.04.15 - Ideazione e sviluppo di progetti pubblicitari
<b>Processo</b>	Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni
<b>Sequenza di processo</b>	Pubbliche relazioni, comunicazione, promozione e pubblicità
<b>Descrizione sintetica della qualificazione</b>	Il tecnico esperto delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie opera all'interno delle Agenzie Pubblicitarie e di Comunicazione curando principalmente la parte visiva delle campagne. A lui spetta quindi il compito di tradurre in termini visivi l'idea della campagna. Definisce la veste grafica e lo stile generale del prodotto e, in collaborazione con il Project Manager, specifica le soluzioni visive per ogni singola sezione. Le sue aree di attività riguardano principalmente il mondo della fotografia e dell'audiovisivo, dell'immagine e del packaging. Deve essere un buon grafico, avere ottime conoscenze delle tecniche e dei processi di stampa e di computer grafica
<b>Referenziazione ATECO 2007</b>	M.70.21.00 - Pubbliche relazioni e comunicazione M.73.11.01 - Ideazione di campagne pubblicitarie M.73.11.02 - Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari M.73.12.00 - Attività delle concessionarie e degli altri intermediari di servizi pubblicitari
<b>Referenziazione ISTAT CP2011</b>	3.3.3.6.1 - Tecnici della pubblicità
ELENCO DELLE UNITA' DI COMPETENZA	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gestione degli strumenti tecnici e tecnologici per la produzione di progetti pubblicitari (2347)</li> <li>2. Ideazione e sviluppo dell'immagine della campagna pubblicitaria (2348)</li> <li>3. Selezione dei canali della comunicazione visiva (2349)</li> <li>4. Sviluppo dei progetti e realizzazione di prototipi di campagne pubblicitarie (2350)</li> </ol>	

**DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.1**

<b>Denominazione unità di competenza</b>	<b>Gestione degli strumenti tecnici e tecnologici per la produzione di progetti pubblicitari</b>
<b>Livello EQF</b>	5
<b>Descrizione della performance da osservare</b>	Controllare la produzione dell'immagine attraverso la combinazione di simboli verbali, visivi e sonori
<b>Descrizione breve</b>	
<b>Abilità</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ideare la stesura e l'organizzazione dei contenuti rappresentati sui supporti multimediali, preservando i principi di usabilità e navigabilità</li> <li>2. Individuare i materiali, le tecniche e le risorse tecnologiche necessarie a garantire la qualità dei materiali e dei prodotti</li> <li>3. Ricercare i materiali adeguati alla realizzazione del packaging, effettuando il controllo dei formati e della confezione</li> <li>4. Utilizzare le risorse tecniche hardware e la strumentazione software dedicata</li> <li>5. Utilizzare le tecnologie appropriate per la realizzazione di progetti di comunicazione multimediale</li> <li>6. Valutare le opportunità di utilizzo di soluzioni grafiche e prodotti multimediali anche interattivi</li> </ol>
<b>Conoscenze</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Applicazioni software per la gestione e la creazione di immagini: x-press, illustrator, free hand, photoshop</li> <li>2. Elementi di flash design per la gestione di immagini, suoni e animazioni</li> <li>3. Elementi di progettazione cad per il design di interni e l'analisi architettonica</li> <li>4. Programmi di grafica digitale per la gestione dei formati grafici e delle immagini vettoriali</li> <li>5. Software per il web design, per costruire e gestire la comunicazione visiva on line</li> <li>6. Strumenti di presentazione multimediale per eseguire la presentazione dei prototipi</li> <li>7. Supporti e strumenti fotografici per la stampa artistica e la gestione delle tecniche di impaginazione</li> <li>8. Tecnologie web per la gestione delle immagini e dei video in ambito multimediale</li> </ol>
<b>Referenziazione ISTAT CP2011</b>	3.3.3.6.1 - Tecnici della pubblicità 3.4.4.1.1 - Grafici
<b>Risultati attesi</b>	
<b>Attività</b>	

**DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.2**

<b>Denominazione unità di competenza</b>	<b>Ideazione e sviluppo dell'immagine della campagna pubblicitaria</b>
<b>Livello EQF</b>	5
<b>Descrizione della performance da osservare</b>	Trasformare le idee associate all'oggetto da promuovere in immagini attraverso l'identificazione dello stile del design
<b>Descrizione breve</b>	
<b>Abilità</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interpretare i linguaggi e decodificare i messaggi della comunicazione visiva traducendoli mediante codici estetico-formali</li> <li>2. Interpretare il brief o le specifiche di progetto provenienti dal reparto progettazione per individuare le soluzioni di immagine che meglio interpretano gli obiettivi della campagna</li> <li>3. Interpretare le strategie d'immagine dei clienti, il posizionamento di mercato, i target di riferimento</li> <li>4. Ordinare gli strumenti della comunicazione, producendo i messaggi visivi che la diffondono attraverso conoscenze scientifiche ed artistiche</li> <li>5. Raccogliere dati e informazioni per definire l'immagine e la grafica della campagna pubblicitaria</li> <li>6. Selezionare news e informazioni utili alla rappresentazione, riadattandole alle esigenze specifiche dell'immagine progettata</li> <li>7. Trasformare in termini di comunicazione visiva il messaggio dell'impresa/cliente per rispondere ai principi di identificazione</li> </ol>
<b>Conoscenze</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Caratteristiche socio-culturali del contesto al fine di anticipare le ultime tendenze della società e della moda, le abitudini e i costumi del momento</li> <li>2. Elementi di psicologia dei consumi e della comunicazione, per l'identificazione dei processi comportamentali che definiscono le scelte, le tendenze e i costumi di uno specifico target</li> <li>3. Elementi di sociologia per l'applicazione delle tecniche di analisi del contesto socio-culturale</li> <li>4. Legislazione della comunicazione per la tutela e la disciplina dei diritti d'autore</li> <li>5. Storia dell'arte e architettura per valutare le scelte di stile delle campagne in relazione alla necessità di eseguire ricostruzioni di ambienti, immagini e rappresentazioni</li> <li>6. Tecniche di analisi di mercato per la conoscenza e la raccolta della informazioni che caratterizzano il contesto di riferimento</li> <li>7. Tecniche di design per la definizione dello stile degli ambienti utilizzati nella campagna pubblicitaria</li> <li>8. Tecniche e metodologie della comunicazione visiva per la gestione dell'immagine e dello stile trasmesso nei diversi contesti sociali</li> </ol>
<b>Referenziazione ISTAT CP2011</b>	3.3.3.6.1 - Tecnici della pubblicità
<b>Risultati attesi</b>	
<b>Attività</b>	

**DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.3**

<b>Denominazione unità di competenza</b>	<b>Selezione dei canali della comunicazione visiva</b>
<b>Livello EQF</b>	4
<b>Descrizione della performance da osservare</b>	Selezionare il mix di canali idonei alla diffusione visiva della campagna sulla base delle specifiche progettuali dell'immagine assegnata
<b>Descrizione breve</b>	
<b>Abilità</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Controllare la qualità del processo di produzione dell'immagine visiva nell'ambito dello strumento rappresentativo scelto</li><li>2. Effettuare l'analisi del target e del posizionamento in relazione ai canali della comunicazione visiva ad esso interessati</li><li>3. Scegliere fra differenti tecniche illustrative la più adeguata per la realizzazione del prodotto commissionato</li><li>4. Valutare le caratteristiche riproduttive delle produzioni visive tradizionali e moderne in funzione delle caratteristiche dell'immagine progettata</li></ol>
<b>Conoscenze</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tecniche di valutazione comparativa dei differenti strumenti e mezzi di comunicazione per valutare economicamente le scelte del mix ottimale</li><li>2. Criteri e indicatori di impatto visivo per comparare le modalità di applicazione e di utilizzo dei mezzi di comunicazione in relazione all'ambiente e al target di destinazione</li><li>3. Elementi di sociologia per la valutazione dell'impatto dei diversi canali visivi</li><li>4. Normativa dei diritti d'autore per la tutela della proprietà intellettuale nei rispettivi canali di comunicazione visiva</li><li>5. Strumenti di produzione multimediale per valutare e misurare l'impatto del messaggio visivo del canale web</li><li>6. Tecnologie delle produzioni visive tradizionali e moderne per valutare le funzionalità di rappresentazione e di impatto visivo</li><li>7. Teoria e tecnica della comunicazione di massa per la misurazione della diffusione dell'immagine in specifici contesti</li></ol>
<b>Referenziazione ISTAT CP2011</b>	3.3.3.6.1 - Tecnici della pubblicità
<b>Risultati attesi</b>	
<b>Attività</b>	

**DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.4**

<b>Denominazione unità di competenza</b>	<b>Sviluppo dei progetti e realizzazione di prototipi di campagne pubblicitarie</b>
<b>Livello EQF</b>	5
<b>Descrizione della performance da osservare</b>	Creare una serie di proposte di stile e d'immagine della campagna pubblicitaria rispondenti alla strategia di marketing indicata dal Committente
<b>Descrizione breve</b>	
<b>Abilità</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definire il piano economico e i tempi per la realizzazione del progetto rispettando la tempistica concordata con il cliente</li> <li>2. Effettuare la rilevazione dei dati necessari per la preventivazione</li> <li>3. Fornire le indicazioni sul materiale da utilizzare/produrre per la gestione dell'immagine fotografica</li> <li>4. Impostare le diverse soluzioni per la proposta, attraverso la realizzazione di bozze e schizzi</li> <li>5. Presentare schemi esecutivi che forniscano tutte le indicazioni utili per la riproduzione, sia con tecniche manuali, sia utilizzando sistemi di computer grafica</li> <li>6. Realizzare il layout di presentazione relativo alla proposta scelta</li> <li>7. Realizzare il mock-up per il packaging per qualsiasi tipo di intervento scenografico o decorativo finalizzato all'ambientazione di eventi, set cinematografici e fotografici</li> <li>8. Realizzare una sequenza ordinata e ritmata secondo i tempi previsti, di immagini, testi e commento sonoro legati secondo un'organizzazione cinetica (story board)</li> </ol>
<b>Conoscenze</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disegno grafico professionale per la produzione di illustrazioni</li> <li>2. Metodologie di design della comunicazione multimediale per la produzione grafica, pubblicitaria e web design</li> <li>3. Principi di contabilità gestionale per la valutazione dei costi di produzione</li> <li>4. Principi di controllo di gestione e budgeting per effettuare la preventivazione dei costi e dei tempi di lavoro</li> <li>5. Tecnica fotografica per la produzione e gestione delle immagini riprodotte dalla realtà</li> <li>6. Tecniche di allestimento e decorazione per la presentazione degli spazi e dei locali utilizzati nell'ambito della campagna pubblicitaria</li> <li>7. Tecniche di packaging per l'identificazione dell'immagine di confezionamento e di presentazione del prodotto</li> <li>8. Tecniche di produzione visiva per ottimizzare l'efficacia del messaggio e la percezione nell'ambito del target definito</li> <li>9. Tecniche di scenografia e coreografia per la gestione delle immagini nell'ambito di rappresentazioni video o teatrali</li> <li>10. Tecniche di trattamento digitale video per gestire la produzione dell'immagine sui supporti video</li> </ol>
<b>Referenziazione ISTAT CP2011</b>	3.3.3.6.1 - Tecnici della pubblicità 3.4.4.1.1 - Grafici
<b>Risultati attesi</b>	
<b>Attività</b>	