

Specialista della comunicazione APF

Marketing

Comunicazione, media

Comunicazione, media

Lo specialista e la specialista della comunicazione assicurano la realizzazione delle campagne di promozione e di valorizzazione che riguardano beni di consumo, servizi o beni d'investimento, quali ad esempio macchine e immobili. Si occupano della pianificazione e dello svolgimento delle varie tappe amministrative, tecniche e finanziarie.

Attività

Studio del mercato e del prodotto

- analizzare e procedere alla sintesi delle informazioni raccolte nell'ambito delle ricerche di mercato
- prendere conoscenza delle strategie e degli obiettivi di promozione decisi da clienti e responsabili
- informarsi in merito al prodotto toccato dalla campagna
- identificare il pubblico target e l'immagine che si vuole sviluppare per suscitare l'interesse verso il prodotto

Scelta dei mezzi di diffusione

- pianificare la campagna pubblicitaria
- richiedere preventivi a collaboratori esterni o collaboratrici esterne e scegliere l'offerta più adatta
- scegliere i supporti e i canali con i quali veicolare la pubblicità e l'informazione, ad esempio cartelloni pubblicitari, giornali, radio, televisione o cinema
- concepire e realizzare le idee e i progetti grafici

Controllo delle prestazioni

- calcolare i costi e allestire i preventivi per ogni campagna pubblicitaria e d'informazione
- stabilire il calendario della campagna pubblicitaria e controllare il rispetto dei termini
- valutare il successo dell'operazione sulla base degli obiettivi di vendite e di studi specifici

Condizioni di lavoro

Gli specialisti e le specialiste della comunicazione lavorano prevalentemente in ufficio, collaborando con team interdisciplinari. L'orario di lavoro è generalmente regolare, ma può diventare più intenso in prossimità di campagne o scadenze.

Questi professionisti e queste professioniste operano in agenzie pubblicitarie e nei servizi di comunicazione, pubblicità e relazioni pubbliche di medie o grandi aziende. Possono trovare impiego anche presso enti pubblici, istituzioni culturali o società di consulenza attive nella comunicazione e nelle relazioni pubbliche.

Attitudini e interessi

Attitudini

- Attitudine a negoziare

Attitudine a lavorare in team
Spirito d'iniziativa
Facilità d'espressione orale
Aspetto curato
Senso commerciale
Senso della comunicazione

Interessi

Lavorare in team
Informare e sensibilizzare
Essere in contatto con altre persone
Utilizzare le lingue

Formazione

Questa formazione è generalmente modulare e si acquisisce parallelamente all'esercizio della professione.

Corsi di formazione

Tutte le offerte

<https://www.orientation.ch/fr/recherche/formations?profession=128480>

Durata

1 anno

Condizioni di ammissione

le condizioni di ammissione figurano nel **regolamento d'esame** 
<https://www.becc.admin.ch/becc/public/bvz/beruf/download/8637>

Titolo

attestato professionale federale (APF) di specialista della comunicazione

Formazione continua

Corso

corsi di formazione continua organizzati da **Swiss Marketing** 
<https://swissmarketing.ch/it/education-it/>

Diploma federale

Responsabile della comunicazione EPS

<https://www.orientamento.ch/it/professioni/responsabile-della-comunicazione-eps>

Scuola universitaria

Bachelor in comunicazione, media

<https://www.orientamento.ch/it/indirizzi-di-studio/comunicazione-media>

Professioni simili

Professione

Specialista in marketing APF

<https://www.orientation.ch/fr/it/professioni/specialista-in-marketing-apf>

Professione

Specialista in vendita APF

<https://www.orientation.ch/fr/it/professioni/specialista-in-vendita-apf>

Ulteriori informazioni

Numero Swissdoc

0.612.9.0

Link utili

Comunicazione Svizzera (KS/CS)

<https://ks-cs.ch/it/>

Swiss Marketing

<https://swissmarketing.ch/it/>

Swiss Marketing – Club Ticino

<https://swissmarketing.ch/club-ticino-marketing-automation-seminario/>

Basi legali

<https://www.becc.admin.ch/becc/public/bvz/beruf/show/72249?lang=it>