

Descrizione

Il responsabile e la responsabile della comunicazione progettano e realizzano campagne pubblicitarie per prodotti e servizi di aziende pubbliche o private. Definiscono le strategie di comunicazione per raggiungere il pubblico di riferimento, sono responsabili della produzione e della distribuzione dei messaggi promozionali e della scelta dei media.

Le loro principali attività possono essere così descritte:

Analisi del mercato

- raccogliere informazioni sulla situazione dell'azienda: le sue attività e prodotti, i suoi partner, i concorrenti, ecc.;
- condurre ricerche di mercato per identificare le caratteristiche dettagliate del pubblico di riferimento e per capire le loro aspettative e necessità;
- analizzare i dati raccolti e sviluppare, insieme alla direzione e al dipartimento di marketing, un piano per i media completo in linea con gli obiettivi;

Realizzazione di progetti

- definire l'identità completa del prodotto o del servizio e le sue varianti; determinare quali valori e qualità saranno associati alla sua immagine;
- pianificare una strategia di comunicazione tenendo conto del pubblico target, dell'ambiente di mercato e dei criteri geografici;
- selezionare e utilizzare strumenti di comunicazione adeguati agli obiettivi (ad esempio, pubblicità, sponsorizzazione, eventi, marketing diretto, ecc.);
- stabilire un budget (costi di trasmissione, produzione, eventi, ecc.);

Coordinazione e produzione

- pianificazione della produzione di media tradizionali (stampa, TV, radio) o multimediali (Internet, Intranet, Extranet);
- coordinare e supervisionare il lavoro di team creativi e di produzione o di collaboratori esterni: fotografi, grafici, redattori, ecc.;
- assicurarsi che le scadenze e i budget siano rispettati;
- valutare l'impatto della campagna pubblicitaria: raccogliere e analizzare il feedback del pubblico e dei media per modificare, se necessario, la strategia commerciale e il messaggio.

Formazione

La formazione si acquisisce parallelamente all'attività lavorativa.

Luogo: diversi luoghi di formazione sia nella Svizzera francese che nella Svizzera tedesca.

Durata: 4 semestri.

Contenuto dell'esame finale:

- economia ed economia aziendale;
- gestione e attività aziendali;
- marketing e ricerca di mercato;
- comunicazione aziendale;
- comunicazione commerciale;
- fattori critici di successo;
- lavoro di diploma.

Al termine della formazione, superati gli esami professionali superiori (EPS), si ottiene il diploma federale di

RESPONSABILE DELLA COMUNICAZIONE

Requisiti

Ammissione agli esami professionali superiori

- attestato professionale federale di specialista della comunicazione o di specialista in relazioni pubbliche RP e almeno due anni di pratica professionale in qualità di responsabile;
- oppure altro attestato professionale federale, o di un diploma federale, o di un diploma di una scuola specializzata superiore o diploma SUP nel settore commerciale, e almeno 3 anni di pratica professionale nella comunicazione aziendale o nel marketing/commerciale, di cui almeno 2 in qualità di responsabile;
- oppure altro titolo e almeno 5 anni di pratica professionale nella comunicazione aziendale o nel marketing/commerciale, di cui almeno 2 in qualità di responsabile.

Attitudini richieste

Per esercitare questa professione sono richieste attitudini quali:

- Attitudine a dirigere e a gestire un gruppo
- Senso della comunicazione
- Spirito decisionale
- Attitudine a negoziare
- Senso commerciale
- Facilità per le lingue
- Resistenza psichica

Condizioni di lavoro

I responsabili della comunicazione lavorano in aziende, istituzioni, organizzazioni o in agenzie di comunicazione. I loro compiti e le loro condizioni di lavoro variano a seconda delle dimensioni dell'azienda e del budget assegnato alla comunicazione. Nelle grandi aziende questi professionisti lavorano in un dipartimento di marketing o di pubblicità e sono supportati da un team di specialisti. In aziende più piccole svolgono invece un ruolo molto versatile. L'orario di lavoro è regolare, anche se a volte il carico di lavoro può rivelarsi più consistente, soprattutto quando si lancia una campagna importante.

Perfezionamento

- corsi di formazione continua su temi legati alla comunicazione, all'economia, alla pubblicità, all'e-commerce, ai servizi e al marketing proposti dalle associazioni o dalle scuole;
- scuola universitaria professionale (SUP) per conseguire un bachelor in business communication;
- Certificate of advanced Studies (CAS) in communication et coaching;
- Master of advanced studies (MAS) in communication management.

Altre offerte di formazione continua su:

<http://www.orientamento.ch/perfezionamento>

Professioni affini

- Capo delle vendite dipl. (EPS)/Capa delle vendite dipl. (EPS)
- Specialista della comunicazione (APF)/Specialista della comunicazione (APF)

Indirizzi

KS/CS Kommunikation Schweiz
Kappelergasse 14
8001 Zurigo
Telefono: +41 44 211 40 11
<http://www.ks-cs.ch>

pr suisse Schweizerischer Public Relations Verband
SPRV
Geschäftsstelle pr suisse / SPRI
Schaffhauserstrasse 2
Postfach 358
8042 Zurigo 42
Telefono: +41 43 810 06 56
<http://www.prsuisse.ch>