

**ESAMI DI AMMISSIONE ALLA TP - ASSOCIAZIONE ITALIANA PUBBLICITARI PROFESSIONISTI  
ELENCO PUBBLICITARI TP**

**Approvato dal Consiglio Direttivo del 8 marzo 2002 e ratificato dall'assemblea dei Soci del 13 aprile 2003**

L'esame di ammissione tende ad accertare nel candidato un sufficiente grado di preparazione tecnica e teorica, che prescinde dalla concreta capacità di svolgimento dell'attività di pubblicitario. Il candidato deve rispondere nella prova scritta, entro un periodo determinato di tempo, al tema d'esame riguardante gli argomenti compresi nel programma e fissati dalla Commissione secondo le modalità indicate in seguito.

**COMMISSIONE ESAMI**

Il Consiglio Direttivo dell'Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti nomina la Commissione Esami e Formazione Professionale, come previsto dall'art. 20 dello Statuto. La Commissione ha i seguenti compiti:

- Definire i programmi d'esame, nell'ambito del regolamento fissato dal Consiglio Direttivo
- Predisporre e controllare le sessioni d'esame previste dal Regolamento
- Designare le persone abilitate come Esaminatori e come ispettori

La Commissione Esami e Formazione Professionale sottopone alla preventiva approvazione del Consiglio Direttivo i programmi d'esame, le date e le sedi delle sessioni, l'elenco degli ispettori, l'elenco degli Esaminatori e le materie per i quali essi sono stati designati e abilitati. Sono ammesse abilitazioni multiple e l'elenco può essere rivisto e modificato in qualsiasi momento.

**SVOLGIMENTO DELL'ESAME**

L'esame di ammissione consiste in una prova scritta su un tema di carattere generale e con un approfondimento di tipo specialistico oltre che in una prova orale costituita da una discussione con la Commissione Esaminatrice.

**A - Prova scritta**

Tale prova riguarderà i principi basilari del marketing e della comunicazione d'azienda in tutte le sue articolazioni. Al candidato verrà inoltre richiesto un approfondimento nell'indirizzo specialistico in cui egli esercita o intende esercitare la sua attività professionale.

**Indirizzi specialistici**

- Tecnica della comunicazione pubblicitaria: redazione e visualizzazione
- Mezzi pubblicitari
- Gestione e controllo della pubblicità
- Tecniche di produzione: sez. A) produzione stampa; sez. B) produzione audiovisiva.
- New media

**B - Prova orale**

Gli Esaminatori ammettono alla prova orale solo i candidati che nella prova scritta abbiano dimostrato una sufficiente preparazione.

Nella prova orale, oltre ad approfondire la materia (media, creatività, ecc.), sarà verificata la reale conoscenza delle norme di deontologia professionale espresse dal Codice Deontologico TP e il Codice di Autodisciplina Pubblicitaria.

**SESSIONI D'ESAME E ISCRIZIONI**

La Commissione Esami e Formazione Professionale deve indire con almeno tre mesi di anticipo le sessioni d'esame, indicando il termine di scadenza per le iscrizioni. Può essere indetto, prima degli esami, un Seminario di mezza giornata o una giornata per illustrare gli esami stessi ai candidati.

### REQUISITI PER L'ISCRIZIONE AGLI ESAMI

Per iscriversi agli esami è necessario aver compiuto 21 anni ed essere in possesso almeno del titolo di scuola secondaria superiore.

I candidati che si iscrivono all'esame devono specificare la specializzazione professionale in cui intendono presentarsi. In base alle richieste, la Commissione Esami e Formazione Professionale struttura le sessioni, sceglie e nomina le Commissioni Esaminatrici, indica la sede o le sedi dove si svolgeranno gli esami, comunica, attraverso la Segreteria, ai candidati le date e la sede d'esame almeno 60 giorni prima dello svolgimento.

All'atto dell'iscrizione sarà richiesto ai candidati di versare una quota di iscrizione, comprensiva dei diritti di segreteria, valida per la sola sessione d'esame in questione e non restituibile. L'ammontare della quota di iscrizione viene determinato dal Consiglio Direttivo e indicato nei moduli d'iscrizione agli esami.

Nel caso il candidato non superi la prova scritta non potrà sostenere la prova orale. Nel caso in cui non superasse la prova d'esame potrà iscriversi ad una sessione successiva, versando nuovamente la quota di iscrizione.

### PROGRAMMA D'ESAME

La Commissione Esami e Formazione Professionale deve rendere noti ai candidati i programmi di tutte le materie d'esame per la sessione. E' facoltà della Commissione segnalare per i singoli programmi testi ritenuti utili per la consultazione e la preparazione agli esami.

### MODALITA' PER L'ESAME DI AMMISSIONE

I temi d'esame formulati dalla Commissione Esami e Formazione Professionale dovranno riguardare il programma, con particolare riferimento alle parti essenziali delle materie d'esame.

I temi per ciascuna sessione d'esame devono essere tenuti rigorosamente segreti fino al momento della loro comunicazione ai candidati. Possono essere fissate sessioni d'esame da tenersi contemporaneamente, con gli stessi temi, in sedi diverse. Gli esami devono svolgersi, nelle sedi e nel momento fissati, sotto il controllo di almeno un ispettore, designato dalla Commissione Esami e Formazione Professionale. L'Ispettore riceve il tema d'esame in busta sigillata e la apre all'inizio della prova: da questo momento gli esaminandi non possono lasciare l'aula finché non hanno consegnato gli elaborati.

Alla scadenza del tempo fissato l'Ispettore ritira gli elaborati, contrassegnati da un numero progressivo sul foglio predisposto.

Tutto il materiale esami viene trasmesso alla Segreteria a cura degli Ispettori. Gli elaborati vengono trasmessi agli Esaminatori abilitati, nessuno dei quali deve aver assistito alla prima fase dell'esame, o in alcun modo conoscere l'identità dei candidati. Gli Esaminatori, riuniti in commissione, giudicano le prove assegnando un voto globale da 1 a 30. La prova è superata se il voto non è inferiore a 18. I candidati che avranno superato la prova scritta verranno successivamente convocati tramite la Segreteria entro 30 giorni per sostenere la prova orale.

Gli elaborati, con il voto degli Esaminatori, sono infine recapitati alla Segreteria, che provvede a trascrivere sull'apposito registro i voti riportati da ciascun elaborato.

Gli elaborati con il voto inappellabile degli Esaminatori vengono conservati negli archivi della Segreteria per il periodo di un anno, a disposizione per una eventuale visione da parte dei singoli candidati, alla presenza di almeno un Esaminatore.

### PUBBLICAZIONE DEI RISULTATI

**L'elenco dei candidati che hanno superato la prova viene trasmesso al Consiglio Direttivo per la ratifica ed il perfezionamento all'elenco dei pubblicitari TP.**

E' facoltà dell'Associazione rendere pubblici i nomi dei candidati che hanno superato l'esame, mantenendo il più stretto riserbo sui nominativi dei candidati che non abbiano superato la prova sia parzialmente che totalmente.

### PROGRAMMA PER GLI ESAMI DI AMMISSIONE

Il candidato dovrà sostenere obbligatoriamente una prova scritta che comprenderà:

#### 1. Principi di marketing

- Il concetto di marketing e la sua evoluzione;
- La traduzione operativa di tale concetto: il processo di marketing;
- Funzioni e variabili di marketing;
- La funzione di prodotto;

- La funzione distributiva;
- La funzione promozionale;
- La funzione di ricerca;
- La strategia di marketing: obiettivi e problematica;
- La combinazione delle variabili di marketing in rispondenza ad una specifica strategia: il "marketing mix";
- Marketing e comunicazione: approfondimento del problema.

## 2. Comunicazione d'azienda

- L'azienda e le sue esigenze di comunicazione: il sistema di comunicazioni che ne deriva;
- La politica di comunicazione globale: obiettivi ed articolazioni;
- La pubblicità: attività di comunicazione e variabile di marketing;
- L'organizzazione, la programmazione ed il controllo della pubblicità;
- Lo sviluppo di una campagna pubblicitaria: premesse e problematiche;
- Le strutture operanti sul mercato pubblicitario;
- Le attività della comunicazione integrata (promozione vendite, direct marketing, sponsorizzazione, merchandising, ecc.);

E che presenterà delle soluzioni specialistiche nelle seguenti aree:

### A. Tecnica della comunicazione pubblicitaria: redazione e visualizzazione

- Principi fondamentali della comunicazione pubblicitaria;
- Capacità od attitudine a guidare ed a giudicare il lavoro del gruppo creativo;
- Grado di comprensione del ruolo del gruppo creativo in un'organizzazione pubblicitaria e delle sue funzioni;
- Attitudini, sia pure in termini generali, alla stesura di testi pubblicitari di varia natura o alla visualizzazione degli stessi;
- La sua capacità di giudizio nel valutare e selezionare le informazioni disponibili sul prodotto e sul mercato e di trasformarle in termini creativi.

### B. Mezzi Pubblicitari

- Definizione delle caratteristiche dei mezzi pubblicitari.
- Aspetti strutturali dei mezzi pubblicitari in Italia:
- La stampa (quotidiani, settimanali, mensili, riviste tecniche e di categoria);
- La televisione;
- La radio;
- Cinema;
- New Media
- Pubblicità esterna (statica e dinamica);
- La documentazione sugli aspetti quantitativi e qualitativi dei mezzi pubblicitari.
- Le ricerche sui mezzi pubblicitari.
- La vendita e l'acquisto dei mezzi pubblicitari. La rilevazione delle spese pubblicitarie in Italia e la loro ripartizione fra i diversi mezzi.

### C. Gestione e controllo della pubblicità

L'esame prevede la conoscenza da parte del candidato dei seguenti aspetti:

- Le premesse ad un corretto impiego della pubblicità intesa quale fattore di produzione economica dell'azienda;
- I concetti specificatamente volti a favorire l'uso razionale della pubblicità;
- Il processo di produzione economica della pubblicità e i suoi principali momenti;
- I problemi fondamentali della politica pubblicitaria (dalla definizione degli obiettivi alla misurazione del grado di perseguimento dei medesimi);
- L'intervento delle ricerche nelle varie fasi della programmazione e del controllo della pubblicità.

### D. Tecniche di Produzione

Le tecniche di produzione e riproduzione per:

#### Sezione A: Stampa

- Elementi di tipografia: i caratteri e le loro principali suddivisioni; la fotocomposizione nei suoi tre sistemi; la correzione delle bozze;
- Requisiti necessari per la riproduzione degli originali;
- I rapporti dell'agenzia e/o dell'utente con lo stampatore;
- I principali procedimenti di stampa;
- Lo scanner o dispositivo di esplorazione;
- Elementi di cartotecnica.
- Computer Graphic



**Sezione B: Cinema, radio e televisione**

- Le principali tecniche di produzione;
- Film in bianco e nero e film a colori;
- Rapporti dell'agenzia e/o dell'utente con il produttore;
- Controlli nel corso della produzione;
- Procedimenti di stampa cinematografica: riversamento su cassette;
- Incisione dei comunicati radio a cura dell'emittente radiofonica e incisione a cura dell'utente.

Nel corso della prova orale, il candidato dovrà inoltre dimostrare un'approfondita conoscenza dello Statuto Sociale TP, del contenuto del Codice Deontologico TP, del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria e delle principali norme legali riferite alla pubblicità secondo il programma qui di seguito esposto:

**Etica Professionale e norme legali applicate alla pubblicità**

- Le fonti giuridiche riguardanti la pubblicità;
- Restrizioni legali per la vendita e la pubblicità di determinati prodotti;
- Norme sulla concorrenza, sulla creazione pubblicitaria e sul diritto di riproduzione dell'immagine;
- Il Codice di Autodisciplina Pubblicitaria;
- La TP: il suo statuto, le sue funzioni, la sua struttura, le norme di comportamento del pubblicitario.