

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

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.

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, social network

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.

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 Direzione 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 Nazionale 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.

MODALITA' PER L'ESAME DI AMMISSIONE

I temi d'esame 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 Consigliere e/o Coordinatore Regionale incaricato dalla Direzione. L'incaricato 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'incaricato ritira gli elaborati, contrassegnati da un numero progressivo sul foglio predisposto.

Tutto il materiale esami viene trasmesso alla Segreteria. 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, 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. Marketing

2. Comunicazione d'azienda

E che presenterà delle soluzioni specialistiche nelle seguenti aree:

A. Tecnica della comunicazione pubblicitaria: redazione e visualizzazione

B. Mezzi Pubblicitari

C. Gestione e controllo della pubblicità

D. Tecniche di Produzione

Le tecniche di produzione e riproduzione per:

Sezione A: Stampa

Sezione B: Cinema, radio e televisione, new media

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.