

Copy writer

identificativo scheda: 33-008

stato scheda: Validata

Descrizione sintetica

Il Copy writer si occupa dell'ideazione di messaggi pubblicitari, in particolare cura la stesura dei testi e la componente verbale delle campagne sui diversi media (Tv, radio, web, stampa, affissioni ecc...). Veicola quindi il messaggio testuale e verbale coordinandolo con l'immagine pubblicitaria. Possiede una buona cultura di base in diversi campi: da quello linguistico a quello artistico. Si aggiorna continuamente sulle ultime tendenze dello spettacolo e del costume. Ha dunque un'ottima conoscenza della lingua e della sintassi che sono strumento del suo lavoro quotidiano. Segue inoltre l'inserimento delle colonne sonore di spot radio o tv.

Settore Economico Professionale(SEP)

25 - Area comune

Situazioni-tipo di lavoro

Opera come collaboratore o consulente freelance per agenzie di pubblicità. Il Copy writer lavora a stretto contatto con l'Art director. L'ideazione della campagna pubblicitaria è il risultato della strettissima collaborazione tra le due figure professionali. Il loro lavoro pone le proprie basi sul brief (documento di riferimento per la preparazione della pubblicità) effettuato insieme al cliente, in base al quale sono stati individuati gli obiettivi e le linee della campagna pubblicitaria.

ADA:

ADA.25.225.733 - Ideazione e sviluppo di progetti pubblicitari

ADA.25.225.734 - Produzione di testi pubblicitari

Competenza: Essere in grado di effettuare la supervisione della produzione di elementi audio di una campagna pubblicitaria

Descrizione:

- Relazionarsi con i tecnici dell'audio
- Selezionare le colonne sonore per la campagna
- Verificare i montaggi audio
- Comunicare eventuali correttivi

Conoscenze:

Elementi di dizione

Generi musicali

Tecniche di animazione multimediale

Tecniche di registrazione audio

Tecniche di ripresa video

Tecnologie di sonorizzazione

Abilità:

- Applicare modalità di rilevazione conformità audio
- Applicare modalità di rilevazione conformità impaginati
- Applicare tecniche di monitoraggio delle attività

Competenza: Essere in grado di effettuare la supervisione della produzione di elementi testuali di una campagna pubblicitaria

Descrizione:

- Relazionarsi con i tecnici, gli stampatori e i grafici
- Effettuare la verifica degli impianti di stampa di brochure, pieghevoli, manifesti e pubblicità a stampa
- Comunicare le modifiche da effettuare

Conoscenze:

Copy writer

Arti visive

Elementi di psicologia della comunicazione

Tecniche di impaginazione

Tecniche di stampa

Abilità:

Applicare modalità di rilevazione conformità impaginati

Applicare tecniche di monitoraggio delle attività

Competenza: Essere in grado di ideare testi pubblicitari

Descrizione:

- Analizzare le linee guida della campagna comunicate dal cliente
- Tradurre in testi e forma verbale l'idea della campagna (headline, bodycopy, copy-ad, il redazionale)
- Utilizzare diversi stili di scrittura a seconda del mezzo impiegato e del target di riferimento
- Lavorare con l'art director per coordinare il messaggio all'idea grafica
- Sottoporre l'idea per l'approvazione al direttore creativo e poi al cliente

Conoscenze:

Arti visive

Elementi di linguistica

Elementi di psicologia della comunicazione

Normativa sull'autodisciplina pubblicitaria

Scrittura creativa

Strutture grammaticali della lingua italiana

Tecniche della comunicazione pubblicitaria

Tecnologie per la comunicazione

Abilità:

Applicare tecniche di ideazione pubblicitaria

Applicare tecniche di sceneggiatura

Applicare tecniche di scrittura pubblicitaria

Applicare tecniche di sviluppo del pensiero creativo

Conoscenze riferite alla figura

Strutture grammaticali della lingua italiana

Elementi di linguistica

Elementi di psicologia della comunicazione

Normativa sull'autodisciplina pubblicitaria

Tecniche della comunicazione pubblicitaria

Scrittura creativa

Tecniche di monitoraggio delle attività

Prerequisiti formali e condizioni di accesso

Percorsi formativi e titoli di studio collegati

E' preferibile conseguire una laurea presso una facoltà umanistica come Lettere o Scienze delle Comunicazioni.

Riferimenti alle fonti informative e bibliografia:

1. .
- 2.

Copy writer

<http://www.isfol.it/orientaonline>

3. Jobtel. Il portale del lavoro -

<http://www.jobtel.it>

Classificazioni ufficiali:

Classificazione ISTAT Professioni 2011:

2.5.4.1.3 - Redattori di testi per la pubblicità

Livello EQF

5

Classificazione NUP 2006

2.5.4.1.3 - Redattori di testi per la pubblicità

Classificazione ATECO 2007

58 - ATTIVITÀ EDITORIALI