

OPEN DAY

ISCRIZIONI A.S. 2025/2026

NEW SERVIZI COMMERCIALI
MANAGEMENT DELLA PUBBLICITÀ



COS'È

L'indirizzo di studi è rivolto a chi vede il suo futuro professionale nella comunicazione e nella pubblicità e intende acquisire competenze avanzate sulla creatività e sulla gestione dei processi della comunicazione, di decision making in tutte le fasi in cui si articola una campagna pubblicitaria, e dei consumi in ambito manageriale e organizzativo. Quello che si propone è un progetto formativo solido e allo stesso tempo flessibile, capace di aderire alla complessità e al dinamismo del mondo professionale in costante evoluzione. Il percorso in Management della Pubblicità intende formare esperti di management strategico nell'ambito della comunicazione, capaci di valorizzare l'immagine interna ed esterna di istituzioni ed imprese pubbliche e private, con competenze nelle strategie e nelle tecniche di comunicazione, con particolare attenzione alla comunicazione visiva per le imprese e alle nuove forme di relazione tra produzione e consumo.

A COSA SERVE

Al termine del percorso di studi, il diplomato in questo settore sarà capace di assumere in prima persona la responsabilità progettuale di una campagna pubblicitaria nonché di fornire consulenze tecniche in tutte le fasi dell'ideazione e realizzazione di un progetto visivo. Gli studenti saranno in grado di utilizzare tutti gli strumenti della comunicazione, da quella pubblicitaria classica a quella digitale, con lo scopo di promuovere beni e servizi, e conosceranno il mercato della comunicazione e delle relazioni pubbliche, in Italia come all'estero, comprendendone le dinamiche. Attraverso lo studio teorico-pratico e una ricca e diversificata attività laboratoriale, attenta alla costante evoluzione del mercato e delle professioni, gli studenti saranno sollecitati a sviluppare le proprie capacità creative. I laboratori pratici saranno focalizzati sulla progettazione della comunicazione visiva (casi studio), sulla creatività pubblicitaria, sullo storytelling e il brand management. Gli studenti saranno in grado di utilizzare tutti gli strumenti della comunicazione interlinguistica, da quella pubblicitaria, su cui si basa tradizionalmente la promozione di beni e servizi, a quella dei media digitali e social network. Lo studio della lingua inglese e quello di una seconda lingua straniera consentiranno agli studenti di sviluppare capacità di analisi dei contesti comunicativi internazionali.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il corso delinea specifici profili professionali di:

- art director, copywriter, account media planner, responsabile comunicazione e marketing;
- prepara alla gestione e creazione di contenuti per i media digitali, pubblicità e industrie creative;
- ai ruoli di ideatore e redattore di testi pubblicitari per i media digitali;
- social and digital manager per le industrie creative e i media tradizionali e digitali;
- junior account;
- junior producer pubblicitario;
- tecnico pubblicitario;
- collaborazione alla progettazione e organizzazione di eventi dal vivo legati al mondo dei media, della cultura e dello spettacolo;
- collaborazione all'ideazione, progettazione e realizzazione di contenuti narrativi

STUDI UNIVERSITARI

Tra le facoltà universitarie maggiormente indicate, fatto salvo l'accesso a tutte, figurano:

- Scienze della Comunicazione,
- Accademia delle Belle Arti
- Economia,

QUADRO ORARIO*

INSEGNAMENTI GENERALI	I ANNO	II ANNO	III ANNO	IV ANNO	V ANNO
Lingua e letteratura italiana	4	4	4	4	4
Lingua Inglese	3	3	2	2	2
Storia	1	1	2	2	2
Geografia	1	1	-	-	-
Diritto ed economia	2	2	-	-	-
Matematica	4	4	3	3	3
Scienze motorie	2	2	2	2	2
Religione / Attività alternativa	1	1	1	1	1
INSEGNAMENTI DI INDIRIZZO					
Spagnolo seconda lingua straniera	3	3	2	2	2
Economia aziendale	-	-	3	3	3
Scienze integrate (Fisica, Scienze e Biologia)	2	2	-	-	-
Tecn. dell'informazione e comunicazione (T.I.C.)	2	2	-	-	-
<i>di cui in compresenza con l'I.T.P.</i>	2	2	-	-	-
Tecniche professionali dei servizi commerciali (management della pubblicità)	5	5	9	9	9
<i>di cui in compresenza con l'I.T.P.</i>	2	2	3	2	2
Laboratorio di espressione grafico artistiche	2	2	-	-	-
<i>di cui in compresenza con l'I.T.P.</i>	2	2	-	-	-
Tecniche di Comunicazione	-	-	2	2	2
<i>di cui in compresenza con l'I.T.P.</i>	-	-	-	-	-
Storia dell'arte espressioni grafico artistiche	-	-	2	2	2
Ore settimanali	32	32	32	32	32
Tot. annuo attività e insegnamenti generali	594	594	462	462	462
Tot. annuo attività e insegnamenti di indirizzo	462	462	594	594	594
<i>di cui in compresenza</i>	396**			231**	
Totale complessivo ore annue	1056	1056	1056	1056	1056

* Il quadro presente orario può essere soggetto a variazioni in deroga alla "quota di autonomia" scolastica

** L'attività didattica di laboratorio caratterizza gli insegnamenti dell'area di indirizzo dei percorsi degli istituti tecnici; le ore indicate con l'asterisco sono riferite alle attività di laboratorio che prevedono la compresenza degli I.T.P. -Insegnanti Tecnico-Pratici