

2.3.3.3 Pubblicità (3): pubblicità a mezzo stampa

I “mestieri” della pubblicità

Una giovane scrive per consigli a una rubrica di Lavoro in un settimanale.

“Studio economia all’università, ho 24 anni. Vorrei conoscere le professioni relative al mondo della pubblicità (...). Considerata la tipologia di laurea che ho scelto, quale master o corso di specializzazione mi suggerite di frequentare, e soprattutto dove? (Stefania Petronio, Palermo)”

I ‘mestieri della pubblicità’ sono numerosi e molto diversi l’uno dall’altro. Qualche esempio? Nell’area dei creativi troviamo il graphic designer, il copywriter, l’art director. Nell’area della programmazione, il media planner. Poi vi sono le figure tipiche aziendali, come l’account. Data la tua preparazione in campo economico, potresti considerare il media planner (che programma, oltre alla scelta dei mezzi, il periodo e il volume della pubblicità) o l’account (che promuove le vendite ma soprattutto “intuisce” per primo le esigenze del cliente, dando precisi input ai creativi).

“Sempre più spesso il prodotto è nulla e quello che conta è il messaggio. Il prodotto nasce come pubblicità.”

Giulio Bizzarri, pubblicitario, Pubblicità canaglia, Zelig