**RUBRICA DI AUTOVALUTAZIONE DELLE COMPETENZE MATURATE DURANTE IL TIROCINIO**

**NOME E COGNOME STUDENTE:Lisa Deppieri**

**AZIENDA:MPR Comunicazione Integrata**

**Le competenze che seguono sono state pensate per la figura professionale dell’Art Account, una figura che riassume le caratteristiche dell’art director e dell’account.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **COMPETENZA** | **INDICATORI** | **LIVELLO AVANZATO** | **LIVELLO INTERMEDIO** | **LIVELLO BASE** | **EVIDENZE** |
| Capacità di partecipare efficacemente ad un brief con il cliente | - Comprendere appieno i bisogni e le aspettative del cliente  - Aiutare il cliente a definire i propri obiettivi di comunicazione  - Capacità di ascolto  - Condividere una strategia di comunicazione  - Comprendere e accettare le linee guida esistenti (es: colori aziendali, stile aziendale, tono di voce…) | - Ottima capacità di comprendere i bisogni del cliente e di individuare, attraverso l’ascolto e delle domande mirate, gli obiettivi di comunicazione  - Ottima capacità di condividere una strategia di comunicazione, innovativa, in sintonia con gli obiettivi del cliente e con le linee guida esistenti | - Buona capacità di comprendere i bisogni del cliente e di individuare, attraverso l’ascolto e delle domande mirate, gli obiettivi di comunicazione  - Tendenza a ideare una strategia di comunicazione maggiormente in sintonia con il proprio stile professionale che con gli obiettivi del cliente o con le linee guida esistenti | - La gestione del brief è più mirata a raccogliere il punto di vista del cliente piuttosto che a supportarlo nell’individuazione di obiettivi comunicativi efficaci  - Da migliorare la capacità di condividere una strategia di comunicazione che sia in sintonia con le linee guida esistenti pur portando dei contributi innovativi | - Brief con alcuni clienti, ad esempio “Le Cicogne” per portare avanti la strategia di comunicazione concordata da altri |
| Saper svolgere una ricerca e partecipare a un brain storming | - Realizzare un’analisi dettagliata del mercato e dei competitor dal punto di vista strategico (account) e comunicativo (art)  - Realizzare il moodboard (immagine dello stile di comunicazione del cliente e/o del mercato che si va ad affrontare)  - Condividere con i colleghi le informazioni più significative per la realizzazione del progetto | - Capacità di eseguire un’analisi del mercato selezionando le informazioni maggiormente significative  - Realizzazione di moodboard in linea con le richieste e lo stile del cliente  - Ottima capacità di collaborazione, condivisione e coinvolgimento dei colleghi di progetto | - Capacità di eseguire un’analisi del mercato selezionando le informazioni maggiormente significative  - Realizzazione di moodboard che sono più in linea con il proprio stile piuttosto che con quello del cliente  - Buona condivisione delle informazioni con i colleghi, da migliorare la capacità di coinvolgimento e/o collaborazione | -L’analisi di mercato viene realizzata su dati parziali, oppure su una significativa quantità di dati e informazioni, non tutti significativi. In alcuni casi risulta essere troppo dispersiva  - Il moodboard non sempre rappresenta lo stile del cliente o il mercato che si va ad affrontare  - Buona condivisione delle informazioni con i colleghi, talvolta ci sono delle difficoltà a selezionare quelle più significative. | - realizzazione di brevi ricerche, condivisione dei risultati, per l’analisi di competitor e benchmark. Alcune aziende per cui sono state realizzate sono: Mirabilandia e Nivea |
| Ideazione di una strategia di comunicazione | - Avere padronanza di tutti i mezzi comunicativi a disposizione (es: web, campagne, realizzazione di eventi, ec.) e saper scegliere i più idonei alle esigenze del cliente  - Progettare un piano sostenibile (costi/risultati)  - Fare e gestire un budget | - Ottima padronanza e conoscenza dei mezzi comunicativi a disposizione, ottima capacità di individuare quelli più idonei agli obiettivi comunicativi individuati  - Buona capacità di progettare un piano sostenibile, di fare e gestire un budget di progetto | - Sufficiente padronanza e conoscenza dei mezzi comunicativi a disposizione  - Da migliorare la capacità di progettare autonomamente un piano sostenibile, di fare e gestire un budget di progetto | - Da migliorare la conoscenza di alcuni mezzi di comunicazione, qualche difficoltà nel scegliere lo strumento migliore per il raggiungimento degli obiettivi comunicativi  - Riesce a gestire i diversi mezzi comunicativi con la supervisione di un collega più esperto  - Riesce a fare un piano sostenibile e/o un budget solo con la supervisione “stretta” di un collega più esperto | Gestione del budget e della strategia di comunicazione dei clienti (es: “Le Cicogne”) con la supervisione del tutor |
| Ideazione di progetti grafici | - Creatività e originalità del progetto  - Funzionalità del progetto, le caratteristiche del progetto devono essere efficaci e in sintonia con il target di destinazione  - Corrispondenza del progetto agli obiettivi di brief  - Integrazione del progetto grafico nella strategia di comunicazione ideata  - Autonomia nella realizzazione del progetto | - Sa ideare progetti originali e funzionali che corrispondono pienamente agli obiettivi di brief e che si integrano altrettanto bene alla strategia di comunicazione aziendale  - Completa autonomia nell’ideazione dei progetti | - Sa ideare progetti originali non sempre funzionali e/o corrispondenti agli obiettivi di brief e alla strategia di comunicazione aziendale  - Buona autonomia nell’ideazione dei progetti | - Sa ideare progetti originali, non ha ancora appreso a integrarli con la strategia di comunicazione dell’azienda e/o a prevederne l’efficacia sul target di riferimento  - Parziale autonomia nell’ideazione dei progetti | -Realizzazione di progetti grafici per: Le Cicogne, Cesi, Parmaretail, Le Perle, campagna elettorale per il sindaco di Forlì |
| Capacità di presentazione interna del progetto | - Saper argomentare le proprie scelte progettuali e saperle sostenere con il team di confronto (account, art director, operatori media, produzione e web)  - Apertura verso le osservazioni  - Rielaborazione dei suggerimenti in funzione del miglioramento del progetto | - Sa argomentare in maniera esaustiva e convincente le proprie scelte progettuali  - Riesce a cogliere le indicazioni più utili a migliorare il progetto dalle osservazioni/suggerimenti dei colleghi | - Buona capacità di argomentazione  - Qualche difficoltà ad accogliere le osservazioni o i suggerimenti dei colleghi | - Scarsa capacità di argomentazione  - Tendenza ad applicare in modo passivo i suggerimenti dei colleghi | - Confronti individuali con i colleghi |
| Realizzazione del progetto comunicativo | - Fare una programmazione dettagliata di tutte le azioni e del coinvolgimento dei collaboratori necessari per finalizzare il progetto (fotografi, fotolitisti, trediisti, illustratori…)  - Chiarezza dei processi produttivi dell’agenzia (tempi e modalità)  - Consapevolezza e rispetto dei tempi  - Controllo delle attività durante tutte le fasi di realizzazione | - Ottima capacità di programmazione in sintonia con i processi produttivi dell’agenzia  - Puntualità nella realizzazione dei lavori  - Ottima capacità di tenere sotto controllo tutte le fasi di realizzazione, anche per progetti complessi | - Buona capacità di programmazione in sintonia con i processi produttivi dell’agenzia  - Difficoltà a rispettare e far i tempi  - Da migliorare la capacità di tenere sotto controllo tutte le fasi di realizzazione per i progetti più complessi | - Capacità di programmare solo alcune fasi necessarie alla realizzazione del progetto  - Da migliorare la conoscenza dei processi produttivi  - Difficoltà a monitorare i tempi di consegna e le fasi di realizzazione | - Gestione delle fasi di realizzazione del progetto per “Le Cicogne” |
| Capacità di inserirsi in maniera propositiva all’interno dell’agenzia | - Capacità di ascolto e dialogo  - Proporre il proprio punto di vista e accettare quello dei colleghi  - Comprendere l’importanza del lavoro che i colleghi svolgono  - Lavorare efficacemente con tutti i colleghi | - Buona capacità di relazionarsi con i colleghi esponendo il proprio punto di vista e accettando quello degli altri  - Comprensione e riconoscimento del lavoro altrui  - Ottimo inserimento nel team aziendale e buona capacità di collaborazione con tutti i colleghi | - Buona capacità di relazionarsi con i colleghi esponendo il proprio punto di vista e accettando quello degli altri  - Parziale comprensione e riconoscimento del lavoro altrui, in alcuni casi corre il rischio di svalutarlo  - Preferenza a lavorare con alcuni colleghi piuttosto che con altri | - Propensione a farsi guidare dagli altri piuttosto che ad esprimere il proprio punto di vista  - Scarsa conoscenza del lavoro altrui  - Qualche reticenza a lavorare con persone nuove | Durante il tirocinio ho potuto confrontarmi con tutti i reparti interni all’azienda e con anche figure esterne. |
| Utilizzo dei programmi di grafica come Photoshop, Illustrator e Indesign | -Conoscenza delle diverse funzioni del programma e capacità di autoaggiornamento  - Saper scegliere il programma più indicato per il lavoro da eseguire  - Velocità di utilizzo | - Ottima conoscenza di tutte le funzione dei principali programmi, quindi elevata capacità di scegliere il programma migliore per il lavoro da svolgere  - Elevata capacità di tenersi aggiornato  -Utilizzo rapido del programma | - Buona conoscenza di quasi tutte le funzioni/programmi  - Buona capacità di scegliere il programma più adeguato al lavoro che si sta realizzando  - Necessità di fare pratica con le funzioni meno utilizzate | - Conoscenza delle principali funzioni  - Qualche difficoltà, in alcuni casi, a scegliere il programma più adeguato al lavoro che si sta realizzando  - Necessità di fare pratica con alcune funzioni/programmi | - Decorazioni grafiche per vetrine (Photoshop, Indesign e Illustrator)  - Infografica per Cesi (Photoshop e Illustrator)  - Volantini, flyer, locandine eventi, banner pubblicitari, grafica per quotidiani (Photoshop, Indesign e Illustrator) |
| Raccogliere il feed-back del cliente | In caso di feed-back positivo  - Capacità di incrementare la relazione con il cliente  - Condivisione del successo con il team di lavoro  In caso di feed-back negativo  -Partecipare al debriefing interno (gestito da una consulente esterna) in modo costruttivo, collaborando a identificare: punti di forza e punti di miglioramento rispetto le tre aree: interna, rapporto con il cliente, scelta e rapporto con i fornitori | In caso di feed-back positivo  - Ottima capacità di rinforzare la relazione con il cliente  - Grande apertura verso i colleghi e disponibilità a condividere con loro i successi ottenuti  In caso di feed-back negativo  - Ottime capacità di analisi e, se necessario, disponibilità a riconoscere le proprie responsabilità | In caso di feed-back positivo  - Buona capacità di rinforzare la relazione con il cliente  - Non sempre attenzione a riconoscere ai colleghi il merito del successo ottenuto  In caso di feed-back negativo  -Buona capacità di analisi, scarsa disponibilità ad ammetter le proprie responsabilità | In caso di feed-back positivo  - Da migliorare la capacità di incrementare la relazione professionale con il cliente  - Tendenza a sminuire i successi ottenuti, sia verso se stessi che con i colleghi  In caso di feed-back negativo  -Scarsa capacità di analisi  - Partecipa soprattutto in qualità di osservatore | Raccolta di feed-back da parte dei clienti durante lo stato di avanzamento lavori con ad esempio “le cicogne” |