



ASSOLOMBARDA

Confindustria Milano Monza e Brianza

Settore Affari Istituzionali, Relazioni Esterne e Internazionalizzazione

«Tecniche, mestieri e digital art»

Milano, 7 novembre 2017

RASSEGNA STAMPA

Assolombarda

Comunicazione, la classifica delle sei professioni con maggiori prospettive

Le lauree della comunicazione sono inflazionate e non offrono grandi occasioni di impiego? La domanda contrasta con le opportunità che sembra offrire il mercato Entertainment & Media: ha assorbito i colpi della crisi, nel 2016 ha raggiunto 31,5 miliardi di euro di ricavi e nel 2021 arriverà a 38,1 miliardi. Questa seconda giovinezza porta però con sé nuove figure professionali, sempre più legate alle tecnologie digitali. Il "Gruppo media, comunicazione e spettacolo di Assolombarda", ha così realizzato un'indagine che

individua le sei professioni con il più alto tasso di occupabilità da qui a cinque anni. Eccole. Il "Digital analyst" realizza proiezioni sui dati di vendita, sui risultati delle campagne marketing, sulle abitudini e tendenze di consumo. Il "Digital account sales" analizza il mercato e l'andamento delle vendite digitali prevedendo l'andamento dei prodotti. Il "Digital marketer", un esperto in comunicazione digitale, dirige le dinamiche sottese da un progetto di web marketing. Il "Data visualization e dashboard designer" trova le

modalità più appropriate per rendere intellegibili e comunicabili i dati delle piattaforme digitali dell'impresa. Il "Social media manager, community manager, digital media editor" gestisce i social media di un'azienda, curando il piano editoriale e le community dei fan. L'"Editorial content specialist" utilizza i vari media e la tecnologia digitale (video editing, blog, social network) per produrre contenuti multimediali.

Enzo Riboni
© RIPRODUZIONE RISERVATA



SCELTI & PRESCELTI
**Sei nuove professioni
per la comunicazione**

Digital analyst, Digital account sales, Digital marketer, Data visualization e dashboard designer, Social media manager ed Editorial content specialist: sono queste le sei professioni che da qui ai prossimi cinque anni saranno più ricercate nel settore della comunicazione. È quanto emerge da un lavoro del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda, che ad oggi conta più di 360 imprese tra le più importanti realtà produttive operanti sul territorio lombardo e nazionale per un totale di quasi 16 mila dipendenti.

Kraft Heinz a caccia di giovani talenti

Kraft Heinz riapre le porte della sua sede di Milano alla nuova generazione di Young Talents. La società cerca giovani talenti nelle funzioni marketing, sales, trade marketing, finance, supply chain e human resources, che siano disposti a mettersi in gioco per un'esperienza di sei mesi a partire da dicembre 2017. Lo Young Talents Program è un internship program strutturato e con forti interazioni con il leadership team italiano, riservato a 12 neolaureati o laureandi del secondo anno della laurea specialistica, con ottima conoscenza della lingua inglese. Candidature entro il 17 novembre via LinkedIn o inviando il curriculum all'indirizzo careersItalia@kraftheinz.com.

**Studenti universitari
alla Ceo Challenge P&G**

Capacità di visione, spirito di leadership, iniziativa, innovazione, soft & hard skills: bisognerà dimostrare questo e anche di più nella sfida che Procter & Gamble lancia ai migliori cervelli di tutto il mondo. Fino al 26 Novembre 2017, è infatti possibile candidarsi alla Global Ceo Challenge 2018, la competizione di business dedicata agli studenti universitari che avranno l'opportunità di mettere alla prova le proprie conoscenze e capacità sviluppando una nuova strategia di business per lo shampoo Head & Shoulders. Entro il 26 Novembre 2017 tutti gli studenti interessati potranno sottoporre la propria candidatura al Global Ceo Challenge accedendo al link <https://pgcareers.com/ceo-challenge>.



GR24 H. 12.00 (Ora: 12:08:41 Min: 1:21)

L'alta disoccupazione giovanile è causata anche dalla distanza fra i profili richiesti e le competenze: le aziende scendono dunque in campo per aiutare università e studenti a formarsi per quello che richiede il mercato del lavoro. Assolombarda in quest'ottica ha realizzato un'indagine per individuare le sei professioni più ricercate nel settore della comunicazione: i dettagli con Andrea Delogu, Presidente del Gruppo Media Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda

INDUSTRIA

Dal digital analyst al social media manager, i 6 lavori «del futuro»

di Andrea Biondi



C'è il "digital analyst", che ha il compito di realizzare analisi e proiezioni dei dati di vendita, dei risultati della campagne di marketing, delle abitudini di consumo e delle tendenze. Ma c'è poi anche il "digital marketer", perché quando poi entrano in gioco i progetti di web marketing serve qualcuno in grado di amministrare e dirigere le dinamiche importanti di questo percorso. Altro esempio: il "social media manager", perché i social media di un brand o di un'azienda non possono essere lasciati al caso, ma occorre curarne il piano editoriale proponendo iniziative rivolte alla community dei fan per stimolare interazione ed engagement.

Tre esempi, ma ce ne sono molti altri, delle professioni del futuro nel mondo della comunicazione secondo Assolombarda. L'associazione degli industriali di Milano, Monza e Brianza, attraverso il suo Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo ha elencato, una dietro l'altra, le possibilità lavorative in un ambito, quello della comunicazione, in cui le prospettive sono favorevoli. Secondo l'ultimo "Entertainment & Media Outlook in Italy 2017-2021" di PwC il mercato italiano dei media e dell'intrattenimento nel 2016 ha messo a segno una crescita estremamente incoraggiante (+5%), arrivando a toccare i 31,5 miliardi di euro. Al 2021 salirà a 38,1 miliardi con un tasso di crescita medio annuo del 3,9 per cento.

Quello che servirà però sono forze nuove non tanto nei perimetri più tradizionali, quanto piuttosto negli ambiti che hanno a che fare con web e social. È lì che per Assolombarda si aprono per i giovani le prospettive più interessanti. «Abbiamo delle generazioni che vedono il mondo in una maniera completamente diversa da come la vedevano i giovani di trenta o quarant'anni fa», ha detto Carlo Bonomi, presidente di Assolombarda durante la presentazione dell'indagine realizzata dal "Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo" presentata nella sede milanese di Assolombarda ai ragazzi delle facoltà di comunicazione di Milano e di Pavia. «I giovani sono una risorsa indispensabile per le imprese e per il Paese perché sono il nostro futuro. Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza fra profili richiesti e competenze». Per Bonomi comunque i giovani «hanno accettato, non per colpa loro, troppo precariato e non hanno maturato esperienza all'interno delle imprese. Le nuove professioni saranno molto importanti per fare il cambio di passo e la comunicazione è lo strumento per il dialogo tra chi deve entrare nel mondo del lavoro e chi c'è già».

L'indagine di Assolombarda ha avuto come risultato un opuscolo, frutto del lavoro di manager e professionisti che operano in alcune fra le più interessanti realtà aziendali del territorio. Una sorta di bussola operativa per aiutare gli studenti a mettere a fuoco i propri progetti. All'interno di un elenco di professioni digitali, Assolombarda ha poi individuato le sei professioni che da qui ai prossimi cinque anni saranno le più ricercate all'interno del mondo della comunicazione. E quindi, oltre al "digital analyst", "digital marketer" e "social media manager", per Assolombarda ottime prospettive possono essere offerte anche a chi punta per il proprio futuro ad acquisire competenze per lavorare come "digital account sales" (si occupa di compiere analisi di mercato e dell'andamento delle vendite digitali dell'azienda), o come "data visualization e dashboard designer" (ha il compito di trovare le modalità più appropriate per rendere intellegibili e comunicabili dati di marketing, finanziari, amministrativi, di produzione, delle piattaforme digitali dell'impresa) o come "editorial content specialist" (figura crossmediale che usa le sue competenze digitali per produrre contenuti multimediali, partendo dalla fase ideativa fino alla post-produzione e alla pubblicazione finale).

«L'incontro – ha spiegato Andrea Delogu, presidente del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda – rappresenta un'importante occasione di dialogo con gli studenti e con le università per capire cosa aspettarsi dal mondo della comunicazione nei prossimi anni. Crediamo che orientare i giovani verso scelte più coerenti possa accrescere la loro occupabilità e, al contempo, che sollecitare le università sul valore della collaborazione tra mondo accademico e imprese rappresenti un fattore determinante per il placement dei laureati».

TAG: Andrea Biondi, Carlo Bonomi, Gruppo Media, Italia, Andrea Delogu, Manager, Professione, Digital analyst

ARTICOLI CORRELATI

Più immaginazione per prevedere i lavori del futuro

Sui banchi per studiare cultura dell'innovazione

Il lavoro del futuro? A sorpresa tornano in auge gli studi umanistici

ABBONAMENTO >

ACCEDI >

Visualizza versione web classica
2017 Copyright
Tutti i diritti riservati
Informativa estesa sull'utilizzo dei cookie

Hai raggiunto il limite di 10 articoli gratuiti disponibili questo mese.



Abbonati a Il Sole 24 Ore Mobile per avere **accedere illimitatamente a tutti i contenuti del sito mobile**

Inserisci il tuo numero di cellulare per attivare l'offerta o, se sei già abbonato, per continuare a leggere.

[Numero di telefono](#)

[Informativa sulla privacy](#)

CONTINUA

▼ Altre informazioni ▼

Inserisci le tue credenziali se sei già abbonato

C'è stato un problema nell'autenticazione

L'utente non è registrato. Username/email o password non sono stati riconosciuti

Riprova. Inserisci le tue credenziali

[Username](#)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 043915

Su questo sito utilizziamo cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, nostri e di terze parti, per proporti pubblicità in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o prestare il consenso solo ad alcuni utilizzi [clicca qui](#). Cliccando in un punto qualsiasi dello schermo, effettuando un'azione di scroll o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie **OK**

MENU

ACCEDI

Economia & Finanza con Bloomberg

Seguici su

Ricerca titolo



HOME

MACROECONOMIA ▾

FINANZA ^

Overview Borse Borsa Italia A-Z Valute Obbligazioni: Italia - Europa Fondi ETF Sedex Warrant Futures Materie prime **News** Calendario After hours

PROFESSIONI, svolta digitale: ecco i 6 profili che stanno cambiando la comunicazione



24 ottobre 2017 - 13.52



(Teleborsa) - Digital analyst, Digital account sales, Digital marketer, Data visualization e dashboard designer, Social media manager ed Editorial



content specialist: sono queste le sei professioni più ricercate che da qui ai prossimi cinque anni cambieranno la comunicazione.



IL PREZZO DELLA CRISI - E' quanto emerge da un lavoro del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda. "Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze - ha dichiarato Carlo Bonomi, Presidente di Assolombarda - Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008. Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove "skills" richieste dalle aziende. Per i nostri figli dobbiamo volere un Paese dove si premi il coraggio, il merito, le opportunità".



MA IL FUTURO DIGITALE SORRIDE - Il mercato Entertainment & Media

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

sembra aver assorbito i colpi della crisi congiunturale degli anni passati e, a seconda dei segmenti, manifesta segnali di tenuta o di crescita, confermando così la ripresa avviata nel 2015. Nel 2016 il mercato ha raggiunto i 31,5 miliardi di ricavi e la previsione al 2021 salirà a 38,1 miliardi, crescendo con un crescita media annua del 3,9%.

GUARDA ANCHE

Promosso da Taboola



Casa, ecco le spese che puoi scaricare nel 730

Aste Immobiliari



Oscar nel 2009, Kate Winslet non ringraziò Weinstein: "Mi dissero di..."



Il comico di Zelig vive in auto, l'odissea di Della Noce: "Rovinato dalla..."

DAL WEB

Promosso da Taboola



Occhiali progressivi di ultima generazione a solo...

occhiali24.it



Gli interessi di Bancoposta a spese dei clienti

Risparmiamocelo



Flick-Flack, design scandivano firmato Anna...

Ditre

powered by **teleborsa**

TOP VIDEO

Promosso da Taboola



Puglia, ecco le 6 località dove...

Aste Immobiliari



'La mia odissea', parla la 90enne 'spedita' dal figlio da..

DAL WEB

Promosso da Taboola



Internet senza Telefono a meno di...

Offerte adsl casa



Cosa accadrebbe ai risparmi degli italiani...

Risparmiamocelo

Bloomberg

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 043915

ECONOMIA

LA STAMPA

SEZIONI

ECONOMIA | LAVORO | FINANZA | BORSA ITALIANA | PERFORMANCE | ESTERO | FONDI | OBBLIGAZIONI | VALUTE | NOTIZIARIO
TUTTOSOLDI | MARE



Professioni, svolta digitale: ecco i 6 profili che stanno cambiando la comunicazione

TELEBORSA

Publicato il 24/10/2017
Ultima modifica il 24/10/2017 alle ore 13:52



Digital analyst, Digital account sales, Digital marketer, Data visualization e dashboard designer, Social media manager ed Editorial content specialist: sono queste le sei professioni più ricercate che da qui ai prossimi cinque anni cambieranno la comunicazione.

cerca un titolo

IL PREZZO DELLA CRISI - E' quanto emerge da un lavoro del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda. "Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze - ha dichiarato Carlo Bonomi, Presidente di Assolombarda - Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008. Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove "skills" richieste dalle aziende. Per i nostri figli dobbiamo volere un Paese dove si premi il coraggio, il merito, le opportunità".

MA IL FUTURO DIGITALE SORRIDE - Il mercato Entertainment & Media sembra aver assorbito i colpi della crisi congiunturale degli anni passati e, a seconda dei segmenti, manifesta segnali di tenuta o di crescita, confermando così la ripresa avviata nel 2015. **Nel 2016 il mercato ha raggiunto i 31,5 miliardi di ricavi e la previsione al 2021 salirà a 38,1 miliardi**, crescendo con un crescita media annua del 3,9%.

LEGGI ANCHE



L'Aeroporto di Milano Bergamo approda sui social network

Riforma PA, Governo accelera su cittadinanza digitale

Bankitalia, giro di vite contro il finanziamento al terrorismo

> Altre notizie

NOTIZIE FINANZA

ECONOMIA  **FINANZA**
Il Messaggero.it

CERCA 

Professioni, svolta digitale: ecco i 6 profili che stanno cambiando la comunicazione



(Teleborsa) - Digital analyst, Digital account sales, Digital marketer, Data visualization e dashboard designer, Social media manager ed Editorial content specialist: sono queste le sei professioni più ricercate che da qui ai prossimi cinque anni cambieranno la comunicazione. IL PREZZO DELLA CRISI - E' quanto emerge da un lavoro del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda. "Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze - ha dichiarato Carlo Bonomi, Presidente di Assolombarda - Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008. Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove "skills" richieste dalle aziende. Per i nostri figli dobbiamo volere un Paese dove si premi il coraggio, il merito, le opportunità". MA IL FUTURO DIGITALE SORRIDE - Il mercato Entertainment & Media sembra aver assorbito i colpi della crisi congiunturale degli anni passati e, a seconda dei segmenti, manifesta segnali di tenuta o di crescita, confermando così la ripresa avviata nel 2015. Nel 2016 il mercato ha raggiunto i 31,5 miliardi di ricavi e la previsione al 2021 salirà a 38,1 miliardi, crescendo con un crescita media annua del 3,9%.

 **CONDIVIDI NOTIZIA**



L'INFORMAZIONE VIVE CONTE



VAI SUBITO ALLA PROMO

2017-10-24 14:15:03
© RIPRODUZIONE RISERVATA

PER POTER INVIARE UN COMMENTO DEVI ESSERE REGISTRATO

Se sei già registrato inserisci username e password oppure **registrati ora**.

Username:



LEGGI | ABBONATI | REGALA

ECONOMIA
IL SECOLO XIX



Cerca...

HOME	GENOVA	LEVANTE	SAVONA	IMPERIA	LA SPEZIA	BASSO PIEMONTE	ITALIA	MONDO	SPORT
Economia	Cultura&Spettacoli	Tech	Gossip	Salute	Mare&Montagna	Passioni ▶	Foto	Video	TheMediTelegraph

LISTINO ALL-SHARE NEWS TUTTE LE SOCIETÀ LIGURI TUTTE LE SOCIETÀ PIEMONTESI

Professioni, svolta digitale: ecco i 6 profili che stanno cambiando la comunicazione

TELEBORSA

Publicato il 24/10/2017
Ultima modifica il 24/10/2017 alle ore 13:52



Digital analyst, Digital account sales, Digital marketer, Data visualization e dashboard designer, Social media manager ed Editorial content specialist: sono queste le sei professioni più ricercate che da qui ai prossimi cinque anni cambieranno la comunicazione.

IL PREZZO DELLA CRISI - E' quanto emerge da un lavoro del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda. "Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze - ha dichiarato Carlo Bonomi, Presidente di Assolombarda - Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008. Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove "skills" richieste dalle aziende. Per i nostri figli dobbiamo volere un Paese dove si premi il coraggio, il merito, le opportunità".

MA IL FUTURO DIGITALE SORRIDE - Il mercato Entertainment & Media sembra aver assorbito i colpi della crisi congiunturale degli anni passati e, a seconda dei segmenti, manifesta segnali di tenuta o di crescita, confermando così la ripresa avviata nel 2015. **Nel 2016 il mercato ha raggiunto i 31,5 miliardi di ricavi e la previsione al 2021 salirà a 38,1 miliardi**, crescendo con un crescita media annua del 3,9%.

Per vedere l'andamento dei titoli durante la giornata collegati a finanza.lastampa.it

Servizio a cura di **teleborsa**

IL GIORNALE DI OGGI

INIZIATIVE IN EDICOLA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 043915

I mercati italiani sono chiusi



Assolombarda: le 6 professioni più ricercate nella comunicazione

asknews ed/Rar
Askanews 23 ottobre 2017

Milano, 23 ott. (askanews) - Digital analyst, Digital account sales, Digital marketer, Data visualization e dashboard designer, Social media manager ed Editorial content specialist: sono queste le sei professioni che da qui ai prossimi cinque anni saranno più ricercate nel settore della comunicazione. È quanto emerge da un lavoro del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda.

"Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze - ha dichiarato Carlo Bonomi, Presidente di Assolombarda - Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008. Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove 'skills' richieste dalle aziende. Per i nostri figli dobbiamo volere un Paese dove si premi il coraggio, il merito, le opportunità".

Il mercato Entertainment & Media sembra aver assorbito i colpi della crisi congiunturale degli anni passati e, a seconda dei segmenti, manifesta segnali di tenuta o di crescita, confermando così la ripresa avviata nel 2015. Nel 2016 il mercato ha raggiunto i 31,5 miliardi di ricavi e la previsione al 2021 salirà a 38,1 miliardi, crescendo con un crescita media annua del 3,9%. (segue)



Cerca quotazioni

Visualizzazioni recenti >

La tua lista è vuota.

Leggi altri articoli



I lavori più richiesti in Italia
Yahoo Finanza



Perché gli italiani devono investire in Bitcoin?
Cryptotrading Bootcamp Pubblicità

Inizia la conversazione

Accedi per pubblicare un messaggio.

Finanza Askanews

Pesca, governo presenta ricorso a Corte Ue su quote pesce spada

Martina: scelta giusta e necessaria, andremo fino in fondo



Esonero Di Responsabilità Sui Dati Aiuto
Suggerimenti

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, a scopi pubblicitari e per migliorare servizi ed esperienza dei lettori. Per maggiori informazioni o negare il consenso, leggi l'informativa estesa. Se decidi di continuare la navigazione consideriamo che accetti il loro uso. [Ok](#) [Informativa estesa](#)

Seguici su:   

Fai la Ricerca  Vai a ANSA.it 

[Home](#) [NEWS](#) [STORIE DI IMPRESA](#) [COMPETENZE&TERRITORI](#) [EUROPA 4.0](#) [I PROTAGONISTI](#) [LE TECNOLOGIE](#) [INTERVISTE](#) [MULTIMEDIA](#)

[ANSA.it](#) > [Industry 4.0](#) > [News](#) > [Bonomi, servono nuovi 'skills' digitali](#)

Bonomi, servono nuovi 'skills' digitali

40% disoccupazione giovani per divergenza competenze e richieste

Redazione ANSA MILANO 23 OTTOBRE 2017 17:58



© ANSA

CLICCA PER INGRANDIRE 

 Condividi  Suggestisci

 Scrivi alla redazione  Stampa

(ANSA) - MILANO, 23 OTT - La disoccupazione giovanile nasce in parte da competenze non adeguate al mercato. "Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove 'skills' richieste dalle aziende" dice il presidente di Assolombarda Carlo Bonomi commentando una ricerca del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda secondo cui le 6 professioni che da qui ai prossimi 5 anni saranno le più ricercate nel settore comunicazione sono: digital analyst, digital account sales, digital marketer, data visualization e dashboard designer, social media manager, editorial content specialist. "Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze. Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008 - commenta il presidente di Assolombarda, Carlo Bonomi -. Inoltre, aggiunge il presidente del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda, Andrea Delogu, bisogna "rafforzare la collaborazione con le università per aumentare l'occupabilità dei laureati". Nel 2016 il mercato Entertainment & Media ha raggiunto i 31,5 miliardi di ricavi e per il 2021 si stimano 38,1 miliardi, con una crescita media annua del 3,9%.

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

 Condividi  Suggestisci

 Scrivi alla redazione  Stampa

Leggi anche:

23 OTT. 2017 17:58

Bonomi, servono nuovi 'skills' digitali



20 OTT. 2017 17:42

Biesse, con piattaforma industria 4.0 dati su impianti nel mondo



19 OTT. 2017 18:15

Poletti, cambiamento che va governato



18 OTT. 2017 14:41

Da Hitachi il tombino elettronico



18 OTT. 2017 12:27

Venturi, dare continuità al piano 4.0



16 OTT. 2017 20:49

Calenda, in manovra 10mld su Impresa 4.0



16 OTT. 2017 19:23

Manovra: Padoan, sostegno a investimenti



16 OTT. 2017 15:37

Basilicata sostiene industria e ricerca



16 OTT. 2017 12:52

Robot salvano posti di lavoro in una azienda



LAVORO, ECCO LE SEI PROFESSIONI DEL FUTURO INDIVIDUATE DA **ASSOLOMBARDA**

Sono sei le professioni del futuro per **Assolombarda**: digital analyst, digital account sales, digital marketer, data visualization e dashboard designer, social media manager ed editorial content specialist.

"Abbiamo delle generazioni che vedono il mondo in una maniera completamente diversa da come la vedevano i giovani di trenta o quarant'anni fa - dice **Carlo Bonomi**, presidente di **Assolombarda** - ma che non hanno il know how che avevano le vecchie generazioni. I giovani sono il futuro del Paese e delle nostre imprese, sono una generazione che ha scontato più di altre il problema della crisi". Per **Bonomi** i giovani "hanno accettato, non per colpa loro, troppo precariato e non hanno maturato esperienza all'interno delle imprese. Le nuove professioni saranno molto importanti per fare il cambio di passo e la comunicazione è lo strumento per il dialogo tra chi deve entrare nel mondo del lavoro e chi c'è già".

Le sei professioni individuate da **Assolombarda** sono tutte legate al mondo digitale. Il digital analyst ha il compito di realizzare analisi e proiezioni dei dati di vendita, dei risultati delle campagne marketing, delle abitudini di consumo e delle tendenze. Il digital account sales si occupa di compiere analisi di mercato e dell'andamento delle vendite digitali dell'azienda.

Il digital marketer, in collaborazione con social media manager, esperti Seo e Sem, sviluppatori e diversi specialisti del web, amministra e dirige le dinamiche più importanti che sottendono un progetto di web marketing, mentre il data visualization e dashboard designer ha il compito di trovare le modalità più appropriate per rendere intellegibili e comunicabili dati di marketing, finanziari, amministrativi, di produzione, delle piattaforme digitali dell'impresa.

Il social media manager gestisce i social media di un brand o di un'azienda, curandone il piano editoriale e proponendo iniziative rivolte alla community dei fan per stimolarne l'interazione e l'engagement. L'editorial content specialist è una figura crossmediale che usa le sue competenze digitali per produrre contenuti multimediali, partendo dalla fase ideativa fino alla post-produzione e alla pubblicazione finale.

"L'incontro rappresenta un'importante occasione di dialogo con gli studenti e con le università per capire cosa aspettarsi dal mondo della comunicazione nei prossimi anni" dice **Andrea Delogu**, presidente del 'Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo' di **Assolombarda**. "Crediamo che orientare i giovani verso scelte più coerenti possa accrescere la loro occupabilità e, al contempo, che sollecitare le università sul valore della collaborazione tra mondo accademico e imprese rappresenti un fattore determinante per il placement dei laureati" conclude **Delogu**.

space play / pause q unload | stop f
 fullscreen shift + ? ? slower / faster ? ? volume m mute ? ? seek. seek to previous 1 2 ... 6
 seek to 10%, 20% ... 60%

★ ULTIMORA

COMUNICAZIONE, ASSOLOMBARDA: ECCO LE SEI PROFESSIONI PIÙ RICERCATE DEI PROSSIMI 5 ANNI

23 ottobre 2017 Economia



'Digital analyst', 'Digital account sales', 'Digital marketer', 'Data visualization e dashboard designer', 'Social media manager' ed 'Editorial content specialist': sono queste le sei professioni che da qui ai prossimi cinque anni saranno più ricercate nel settore della comunicazione. È quanto emerge da un lavoro del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda, che ad oggi conta più di 360 imprese tra le più importanti realtà produttive operanti sul territorio lombardo e nazionale per un totale di quasi 16mila dipendenti.

L'indagine, presentata oggi in Assolombarda durante l'evento "Tecniche, mestieri e digital art", nasce con l'idea di offrire agli studenti delle facoltà di comunicazione, che hanno da poco intrapreso il loro percorso di studi universitari, uno strumento concreto di orientamento sulle figure più ricercate dalle aziende rispetto al loro ambito di studi.

"I giovani sono una risorsa indispensabile per le imprese e per il Paese perché sono il nostro futuro. Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze. Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008 - ha dichiarato Carlo Bonomi, Presidente di Assolombarda -. Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove 'skills' richieste dalle aziende. Per i nostri figli dobbiamo volere un Paese dove si premi il coraggio, il merito, le opportunità".

"L'incontro di oggi rappresenta un'importante occasione di dialogo con gli studenti e con le università per capire cosa aspettarsi dal mondo della comunicazione nei prossimi anni - ha dichiarato Andrea Delogu, Presidente del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda e Vicedirettore Generale in seno alla Direzione Informazione del Gruppo Mediaset -. Crediamo, infatti, che orientare i giovani verso scelte più coerenti possa accrescere la loro occupabilità e, al contempo, che sollecitare le università sul valore della collaborazione tra mondo accademico e imprese rappresenti un fattore determinante per il placement dei laureati".

Il mercato Entertainment & Media (E&M) sembra aver assorbito i colpi della crisi congiunturale degli anni passati e, a seconda dei segmenti, manifesta segnali di tenuta o di crescita, confermando così la ripresa avviata nel 2015. Nel 2016 il mercato ha raggiunto i 31,5 miliardi di ricavi e la previsione al 2021 salirà a 38,1 miliardi, crescendo con un CAGR del 3,9%.

SPECIALE REFERENDUM



Buffagni (M5S): "Residuo fiscale non c'entra, Maroni lo lasci fuori o blocchiamo lavori"



Renzi: "Non minimizzare, gigantesca questione fiscale da affrontare"



Sindaci Pd per il Sì: "In Lombardia, un 'pareggio', ora percorso serio per vera autonomia"



Berlusconi: "Soddisfatto, ora nasca processo di riforma federalista"



Fava: "Tutti i tablet hanno funzionato, voti correttamente registrati e validi"

GALLERY



Toulouse-Lautrec, oltre 200 opere a palazzo Reale



Prima manifestazione dell'anno, studenti in piazza contro l'alternanza scuola-lavoro



Scala, la 'magia' dei costumi di scena dagli anni Trenta a oggi



Vigili, in piazza Duomo la cerimonia per i 157 anni del Corpo

Home Page / Notizie / Professioni, svolta digitale: ecco i 6 profili che stanno cambiando la comunicazione

Professioni, svolta digitale: ecco i 6 profili che stanno cambiando la comunicazione

commenta ▶ altre news ▶

Economia - 24 ottobre 2017 - 13.52



(Teleborsa) - **Digital analyst, Digital account sales, Digital marketer, Data visualization e dashboard designer, Social media manager ed Editorial content specialist:** sono queste le sei professioni più ricercate che da qui ai prossimi cinque anni cambieranno la comunicazione.

IL PREZZO DELLA CRISI - E' quanto emerge da un lavoro del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda. "Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze - ha

dichiarato Carlo Bonomi, Presidente di Assolombarda - Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008. Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove "skills" richieste dalle aziende. Per i nostri figli dobbiamo volere un Paese dove si premi il coraggio, il merito, le opportunità".

MA IL FUTURO DIGITALE SORRIDE - Il mercato Entertainment & Media sembra aver assorbito i colpi della crisi congiunturale degli anni passati e, a seconda dei segmenti, manifesta segnali di tenuta o di crescita, confermando così la ripresa avviata nel 2015. **Nel 2016 il mercato ha raggiunto i 31,5 miliardi di ricavi e la previsione al 2021 salirà a 38,1 miliardi**, crescendo con un crescita media annua del 3,9%.

Leggi anche

- ▶ **Bankitalia, giro di vite contro il finanziamento al terrorismo**
- ▶ **TTG Incontri 2017, il digitale sostiene la crescita del turismo**
- ▶ **Web tax, prove generali in vista del vertice di Tallinn**
- ▶ **FS in viaggio con il padre fondatore del marketing strategico Philip Kotler**

Commenti

Nessun commento presente.

Scrivi un commento

Altre notizie

- ▶ **Cyber security ed economia digitale al vertice di Tallinn**
- ▶ **Padoan: "Sistema bancario a un punto di svolta"**
- ▶ **Gran Bretagna, consumatori più fiduciosi - Report GfK**
- ▶ **Lotta al cambiamento climatico, CDP: le aziende stanno accelerando il passo**
- ▶ **Carige, Unipol verso adesione piano Lme su subordinati**
- ▶ **Web tax, Juncker assicura: "UE pronta a nuove regole fiscali"**



Seguici su Facebook



Teleborsa su Google+



MILANO, DAL WIKIPEDIAN AL DIGITAL PR: UN CONVEGNO DI ASSOLOMBARDA PER SCOPRIRE "LE PROFESSIONI DEL F

"Il lavoro è felicità": questo il messaggio di Andrea Delogu - Presidente del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda e Vicedirettore Generale in seno alla Direzione Informazione del Gruppo Mediaset - ai giovani che hanno partecipato al convegno "Le professioni del futuro - Tecniche, Mestieri e Digital Art", organizzato a Milano da Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza. Lindagine nasce con lintento di offrire agli studenti delle facoltà di comunicazione uno strumento concreto di orientamento sulle figure più ricercate dalle aziende rispetto al loro ambito di studi. Daltronde, si sa, il mondo dell'editoria è in continuo mutamento e le professioni legate all'ambito della comunicazione si moltiplicano sempre più, allontanandosi dai canoni tradizionali. Tanti gli esperti che hanno preso parte allevento, incoraggiando i giovani: da Andrea Delogu a Domenico Catagnano, fino a Carlo Bonomi e al famoso Youtuber Daniele Doesnt Matter.

Parola agli esperti - Andrea Delogu - Presidente del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda e Vicedirettore Generale in seno alla Direzione Informazione del Gruppo Mediaset - ha parlato di "rimediazione": "Nessun media ha ammazzato quello precedente, anzi lo ha rigenerato. Nonostante il proliferare di nuove professioni, quindi, limportante è lavorare bene perché il lavoro è felicità". Secondo Delogu, "orientare i giovani verso scelte più coerenti può accrescere la loro occupabilità e, al contempo, sollecitare le università sul valore della collaborazione tra mondo accademico e imprese rappresenta un fattore determinante per il placement dei laureati". Domenico Catagnano, caporedattore di Tgcom24, ha, invece, sottolineato come "la tempesta digitale abbia rivoluzionato il modo di comunicare, di fare giornalismo. Le fonti si sono moltiplicate. Estremizzando, sui social tutto diventa notizia. Il futuro è oggi: i cambiamenti sono dietro l'angolo".

Colmare il gap tra profili richiesti e competenze - "Attualmente, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze - ha sottolineato Carlo Bonomi, presidente di Assolombarda - I giovani sono il futuro del nostro Paese e il futuro delle nostre imprese. Purtroppo, però, sono anche coloro che hanno sofferto maggiormente la crisi. Cè unintera generazione per cui siamo molto preoccupati, nata tra gli anni Ottanta e Novanta, entrata nel mondo della scuola quando questultima era particolarmente dissociata dal mondo del lavoro. Sono giovani che sono stati costretti a subire molto, troppo precariato e, quindi, non hanno maturato le competenze all'interno delle imprese. E una generazione su cui noi dobbiamo fare una serie di riflessioni, investire, perché questa potrebbe essere una generazione perduta. E una generazione perduta vuol dire abdicare al futuro del Paese". E ha concluso: "Noi dobbiamo dialogare con i giovani, perché il futuro è nelle loro mani. La comunicazione è essenziale".

Vado a scuola dai giovani per imparare il futuro pic.twitter.com/eWCpFD1k93

- Carlo Bonomi (@CarloBonomi_) October 23, 2017

Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda - Il Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda è una compagine associativa che oggi conta più di 360 imprese tra le più importanti realtà produttive operanti sul territorio lombardo e nazionale, per un totale di quasi 16mila dipendenti. Il Gruppo è diviso in tre sezioni: Editoria e Comunicazione (imprese che si occupano di editoria di settore, web magazine, servizi di stampa, televisione e radio), Comunicazione d'impresa (aziende nel ramo della comunicazione digitale, del branding, di eventi, relazioni pubbliche e pubblicità), Videofonografici (società di produzione discografica, spettacolo, sport ed entertainment).

Sei professioni - "Digital analyst" (ha il compito di realizzare analisi e proiezioni dei dati di



vendita, dei risultati delle campagne marketing, delle abitudini di consumo e delle tendenze), "Digital account sales" (svolge analisi di mercato e dellandamento delle vendite digitali dellazienda), "Digital marketer" (amministra e dirige le dinamiche più importanti che sottendono un progetto di web marketing), "Data visualization e dashboard designer" (deve trovare le modalità più appropriate per rendere intellegibili e comunicabili dati di marketing, finanziari, amministrativi, di produzione, delle piattaforme digitali dellimpresa), "Social media manager" (gestisce i social media di un brand o di unazienda) ed "Editorial content specialist" (figura crossmediale in grado di utilizzare, nelle proprie specificità, i diversi media e strumenti tecnologici digitali al fine di produrre contenuti multimediali). Queste le sei professioni - secondo la ricerca del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di **Assolombarda** - che saranno più ricercate nel settore della comunicazione nei prossimi cinque anni. Dallindagine è emerso che il 65% dei bambini delle elementari svolgerà in futuro lavori che oggi non esistono.

I nuovi mestieri - Non solo. Tra le novità anche mestieri che, fino a poco tempo fa, non avremmo mai immaginato. Dal "Wikipedian" (colui che si occupa di gestire lenciclopedia online) al "Trafficker" (una figura impegnata nella programmazione di annunci pubblicitari da diffondere tramite trasmissione radio, stampa o web) fino al "Digital Pr" (la funzione aziendale che monitora, gestisce e cerca di migliorare la reputazione online di unazienda).

E gli Youtuber? - "La professione dello Youtuber esiste eccome", ha dichiarato Daniele Doesn't Matter, che presenta così il suo canale: "Rappresento episodi antropologici con un fondo di verità e denuncia sociale attraverso sketch, personaggi e videofenomeni di Youtube, rispondendo alla domanda: 'Perché la gente vuole diventare fenomeno di Youtube umiliandosi?!': It Doesn't Matter!". E lui, dei i suoi filmati, ha fatto un mestiere: "Mi mantengo con i video di Youtube, ma è un lavoro che richiede tanto tempo. Pensate che per soli dieci minuti di video, occorrono cinque ore di girato". Tanta fatica ma anche tante soddisfazioni. Il canale di Daniele ha, infatti, superato il milione di iscritti.

Il caso Freeda - "Quando smetti di imparare forse è ora di cambiare lavoro". Parola di Daria Bernardoni, editor in chief di Freeda Media, il progetto editoriale diventato ormai punto di riferimento per le donne tra i 18 e i 34 anni, tanto da collezionare quasi un milione di followers su Facebook in circa un anno. "Diamo voce alle nostre lettrici tramite le loro stesse storie", ha spiegato Bernardoni.

Rimediazione: nessun media ha ammazzato quello precedente, anzi lo ha rigenerato andreadelogu **#assolombarda** #professionidelfuturo pic.twitter.com/9kQXgbSyam
- Tgcom24 (@MediasetTgcom24) October 23, 2017

Questo sito utilizza cookie per analisi, contenuti personalizzati e pubblicità. Continuando a navigare questo sito, accetti tale utilizzo.

Scopri di più

msn money

cerca nel Web

Accedi

Home Finanza e mercati Finanza personale **Notizie**

Milano, dal Wikipedian al Digital Pr: un convegno di Assolombarda per scoprire "Le professioni del futuro"



Tgcom24

Redazione Tgcom24
3 ore fa

CONDIVIDI

CONDIVIDI

TWEET

E-MAIL



© articolo

"Il lavoro è felicità": questo il messaggio di **Andrea Delogu - Presidente del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda e Vicedirettore Generale in seno alla Direzione Informazione del Gruppo Mediaset** - ai giovani che hanno partecipato al convegno **"Le professioni del futuro - Tecniche, Mestieri e Digital Art"**, organizzato a **Milano da Assolombarda**

Confindustria Milano Monza e Brianza. L'indagine nasce con l'intento di offrire agli studenti delle facoltà

di comunicazione uno strumento concreto di orientamento sulle figure più ricercate dalle aziende rispetto al loro ambito di studi. D'altronde, si sa, il mondo dell'editoria è in continuo mutamento e le professioni legate all'ambito della comunicazione si moltiplicano sempre più, allontanandosi dai canoni tradizionali. Tanti gli esperti che hanno preso parte all'evento, incoraggiando i giovani: da **Andrea Delogu** a **Domenico Catagnano**, fino a **Carlo Bonomi** e al famoso **Youtuber Daniele Doesn't Matter**.

Parola agli esperti- Andrea Delogu - Presidente del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda e Vicedirettore Generale in seno alla Direzione Informazione del Gruppo Mediaset - ha parlato di **"rimediazione"**: "Nessun media ha ammazzato quello precedente, anzi lo ha rigenerato". Nonostante il proliferare di nuove professioni, quindi, "l'importante è lavorare bene perché il lavoro è felicità". Secondo Delogu, "orientare i giovani verso scelte più coerenti può accrescere la loro occupabilità e, al contempo, sollecitare le università sul valore della collaborazione tra mondo accademico e imprese rappresenta un fattore determinante per il placement dei laureati". **Domenico Catagnano, caporedattore di Tgcom24**, ha, invece, sottolineato come "la tempesta digitale abbia rivoluzionato il modo di comunicare, di fare giornalismo. Le fonti si sono moltiplicate. Estremizzando, sui social tutto diventa notizia. **Il futuro è oggi**: i cambiamenti sono dietro l'angolo".

"Colmare il gap tra profili richiesti e competenze" - "Attualmente, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze - ha sottolineato **Carlo Bonomi, presidente di Assolombarda** - I giovani sono il futuro del nostro Paese e il futuro delle nostre imprese. Purtroppo, però, sono anche coloro che hanno sofferto maggiormente la crisi. C'è un'intera generazione per cui siamo molto preoccupati, nata tra gli anni Ottanta e Novanta, entrata nel mondo della scuola quando quest'ultima era particolarmente dissociata dal mondo del lavoro. Sono giovani che sono stati costretti a subire molto, troppo precariato e, quindi, non hanno maturato le competenze all'interno delle imprese. E' una generazione su cui noi dobbiamo fare una serie di riflessioni, investire, perché questa potrebbe essere una generazione perduta. E una generazione perduta vuol dire abdicare al futuro del Paese". E ha concluso: "Noi dobbiamo dialogare con i giovani, perché il futuro è nelle loro mani. La comunicazione è essenziale".

Vado a scuola dai giovani per imparare il futuro
pic.twitter.com/eWCpFD1k93

— Carlo Bonomi (@CarloBonomi_) October 23, 2017

Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda - Il Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda è una compagine associativa che oggi conta più di **360 imprese** tra le più importanti realtà produttive operanti sul territorio lombardo e nazionale, per un totale di quasi **16mila dipendenti**. Il Gruppo è diviso in tre

Cerca società/indice

RICERCHE POPOLARI

FTSE MIB Total Return Index	+157,22	+0,70%
IFTSEMIB 22.536,38 ▲		
FTSE IT ALL-SHARE INDEX	+147,72	+0,60%
ITLMS 24.909,46 ▲		
FTSE All-Share Capped	+161,17	+0,59%
ITLMSC 27.390,15 ▲		
FTSE Italia MidCap	-72,06	-0,17%
ITMC 42.840,09 ▼		

ALTRO DA TgCOM24



Incentivi per auto elettriche, il ministro...
Tgcom24



Istat, si allunga di 5 mesi l'aspettativa di vita: in...
Tgcom24



Parigi, trampolino e scala rotante nel...
Tgcom24

sezioni: **Editoria e Comunicazione** (imprese che si occupano di editoria di settore, web magazine, servizi di stampa, televisione e radio), **Comunicazione d'impresa** (aziende nel ramo della comunicazione digitale, del branding, di eventi, relazioni pubbliche e pubblicità), **Videofonografici** (società di produzione discografica, spettacolo, sport ed entertainment).

Sei professioni - "Digital analyst" (ha il compito di realizzare analisi e proiezioni dei dati di vendita, dei risultati delle campagne marketing, delle abitudini di consumo e delle tendenze), **"Digital account sales"** (svolge analisi di mercato e dell'andamento delle vendite digitali dell'azienda), **"Digital marketer"** (amministra e dirige le dinamiche più importanti che sottendono un progetto di web marketing), **"Data visualization e dashboard designer"** (deve trovare le modalità più appropriate per rendere intellegibili e comunicabili dati di marketing, finanziari, amministrativi, di produzione, delle piattaforme digitali dell'impresa), **"Social media manager"** (gestisce i social media di un brand o di un'azienda) ed **"Editorial content specialist"** (figura crossmediale in grado di utilizzare, nelle proprie specificità, i diversi media e strumenti tecnologici digitali al fine di produrre contenuti multimediali). Queste le sei professioni - secondo la ricerca del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda - che saranno più ricercate nel settore della comunicazione nei prossimi cinque anni. Dall'indagine è emerso che il 65% dei bambini delle elementari svolgerà in futuro lavori che oggi non esistono.

I "nuovi" mestieri - Non solo. Tra le novità anche mestieri che, fino a poco tempo fa, non avremmo mai immaginato. Dal **"Wikipedian"** (colui che si occupa di gestire l'enciclopedia online) al **"Trafficker"** (una figura impegnata nella programmazione di annunci pubblicitari da diffondere tramite trasmissione radio, stampa o web) fino al **"Digital Pr"** (la funzione aziendale che monitora, gestisce e cerca di migliorare la reputazione online di un'azienda).

E gli Youtuber? - "La professione dello Youtuber esiste eccome", ha dichiarato **Daniele Doesn't Matter**, che presenta così il suo canale: "Rappresento episodi antropologici con un fondo di verità e denuncia sociale attraverso sketch, personaggi e videofenomeni di Youtube, rispondendo alla domanda: 'Perché la gente vuole diventare fenomeno di Youtube umiliandosi?!: It Doesn't Matter!'. E lui, dei i suoi filmati, ha fatto un mestiere: "Mi mantengo con i video di Youtube, ma è un lavoro che richiede tanto tempo. Pensate che per soli dieci minuti di video, occorrono cinque ore di girato". Tanta fatica ma anche tante soddisfazioni. **Il canale di Daniele ha, infatti, superato il milione di iscritti.**

Il caso Freeda - "Quando smetti di imparare forse è ora di cambiare lavoro". Parola di **Daria Bernardoni, editor in chief di Freeda Media**, il progetto editoriale diventato ormai punto di riferimento per le **donne tra i 18 e i 34 anni**, tanto da collezionare quasi un **milione di followers su Facebook** in circa un anno. "Diamo voce alle nostre lettrici tramite le loro stesse storie", ha spiegato Bernardoni.

Rimediazione: nessun media ha ammazzato quello precedente, anzi lo ha rigenerato andreadelogu
[#assolombarda](#) [#professionidelfuturo](#)
pic.twitter.com/9kQXgbSyam

— Tgcom24 (@MediasetTgcom24) October 23, 2017

◀ Vai alla Home page MSN

◀ Vai a MSN Money

>> Italpress
giornale di notizie

Qui EUROPA
il notiziario multimediale
sulle grandi questioni
politico-economiche
dell'Unione europea

>>>

SICILIAINFORMAZIONI.COM
Looking Far, Looking Deep

IL GIALLO DELL'ESTATE
DI SALVATORE PARIAGREGO

SE L'ISOLA FOSSE DIVENTATA
IL 49° STATO AMERICANO..

Home > AdKronos > Ultim'ora > Innovazione: presentate da Assolombarda le sei professioni del futuro

AdKronos | **Ultim'ora**

Innovazione: presentate da Assolombarda le sei professioni del futuro

Da REDAZIONE - 23 ottobre 2017

2 0

Condividi su Facebook Tweet su Twitter G+ P



Fonte: adnkronos.com

Ascolta l'articolo

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Email

Iscriviti

GRANDEST
Per i Clienti Nuovi
COUPON ESCLUSIVI
Super Coupon / Marca Superiore
FINO A \$0.19
SCOPRI >

SEGUICI SU:

Sicilia Informazioni
Mi piace questa Pagina 22 mila

Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici



adnkronos
agenzia

ULTIM'ORA

Il n°1 mondiale si unisce a Hublot per presentare il nuovo...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 043915

mondo in una maniera completamente diversa da come la vedevano i giovani di trenta o quarant'anni fa – dice Carlo Bonomi, presidente di Assolombarda – ma che non hanno il know how che avevano le vecchie generazioni. I giovani sono il futuro del Paese e delle nostre imprese, sono una generazione che ha scontato più di altre il problema della crisi”. Per Bonomi i giovani “hanno accettato, non per colpa loro, troppo precariato e non hanno maturato esperienza all’interno delle imprese. Le nuove professioni saranno molto importanti per fare il cambio di passo e la comunicazione è lo strumento per il dialogo tra chi deve entrare nel mondo del lavoro e chi c’è già”. Le sei professioni individuate da Assolombarda sono tutte legate al mondo digitale. Il digital analyst ha il compito di realizzare analisi e proiezioni dei dati di vendita, dei risultati delle campagne marketing, delle abitudini di consumo e delle tendenze. Il digital account sales si occupa di compiere analisi di mercato e dell’andamento delle vendite digitali dell’azienda. Il digital marketer, in collaborazione con social media manager, esperti Seo e Sem, sviluppatori e diversi specialisti del web, amministra e dirige le dinamiche più importanti che sottendono un progetto di web marketing, mentre il data visualization e dashboard designer ha il compito di trovare le modalità più appropriate per rendere intellegibili e comunicabili dati di marketing, finanziari, amministrativi, di produzione, delle piattaforme digitali dell’impresa. Il social media manager gestisce i social media di un brand o di un’azienda, curandone il piano editoriale e proponendo iniziative rivolte alla community dei fan per stimolarne l’interazione e l’engagement. L’editorial content specialist è una figura crossmediale che usa le sue competenze digitali per produrre contenuti multimediali, partendo dalla fase ideativa fino alla post-produzione e alla pubblicazione finale. “L’incontro rappresenta un’importante occasione di dialogo con gli studenti e con le università per capire cosa aspettarsi dal mondo della comunicazione nei prossimi anni” dice Andrea Delogu, presidente del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda. “Crediamo che orientare i giovani verso scelte più coerenti possa accrescere la loro occupabilità e, al contempo, che sollecitare le università sul valore della collaborazione tra mondo accademico e imprese rappresenti un fattore determinante per il placement dei laureati” conclude Delogu.

23 ottobre 2017



Veneto, Zaia chiede statuto speciale. Governo: "Provocazione"

23 ottobre 2017

Calcio: Lotti, insulti antisemiti fatto gravissimo, non è sport

23 ottobre 2017

TAG CLOUD

#palermo agrigento alfano
arresti arresto ars berlusconi box
carabinieri catania comune
crocetta droga finanziaria gela
governo HP incidente lavoro LM
M5S mafia messina meteo
meteobilli migranti morto musumeci
orlando oroscopo palermo
Pd polizia ragusa regione
regione siciliana renzi rifiuti roma
rosario crocetta sequestro Sicilia
siracusa trapani zamparini

Ascolta l'articolo

Ti potrebbero interessare anche:



Siteimprove lancia il Digital Certainty Index™ – un indicatore della prestazione...



Borriello & Cristina: vacanze da "bomber" a Ibiza



10 profili professionali "vincenti" e



Industria 4.0: Mecspe, per 66%



Tutto molto Schick: la sorella

CONDIVIDI

Facebook Twitter G+ Pinterest Mi piace 13 tweet

Articolo precedente

The 2017 Condé Nast Traveler USA Readers' Choice Awards Ranked Hotel Mulia Senayan, Jakarta and The Mulia, Mulia Resort & Villas – Nusa Dua, Bali as Best Hotels & Resorts in The World

Prossimo articolo

Calcio: Lotti, insulti antisemiti fatto gravissimo, non è sport



Professioni, svolta digitale: ecco i 6 profili che stanno cambiando la comunicazione

TELEBORSA

Pubblicato il 24/10/2017



Digital analyst, Digital account sales, Digital marketer, Data visualization e dashboard designer, Social media manager ed Editorial content specialist: sono queste le sei professioni più ricercate che da qui ai prossimi cinque anni cambieranno la comunicazione.

IL PREZZO DELLA CRISI - E' quanto emerge da un lavoro del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda. "Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze - ha dichiarato Carlo Bonomi, Presidente di Assolombarda - Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008. Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove "skills" richieste dalle aziende. Per i nostri figli dobbiamo volere un Paese dove si premi il coraggio, il merito, le opportunità".

MA IL FUTURO DIGITALE SORRIDE - Il mercato Entertainment & Media sembra aver assorbito i colpi della crisi congiunturale degli anni passati e, a seconda dei segmenti, manifesta segnali di tenuta o di crescita, confermando così la ripresa avviata nel 2015. **Nel 2016 il mercato ha raggiunto i 31,5 miliardi di ricavi e la previsione al 2021 salirà a 38,1 miliardi**, crescendo con un crescita media annua del 3,9%.

Per vedere l'andamento dei titoli durante la giornata collegati a finanza.lastampa.it

Servizio a cura di **teleborsa**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

AGENZIE

Bonomi, servono nuovi 'skills' digitali

40% disoccupazione giovani per divergenza competenze e richieste

ANSA - Milano, 23 ott. - La disoccupazione giovanile nasce in parte da competenze non adeguate al mercato. "Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove 'skills' richieste dalle aziende" dice il presidente di Assolombarda Carlo Bonomi commentando una ricerca del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda secondo cui le 6 professioni che da qui ai prossimi 5 anni saranno le più ricercate nel settore comunicazione sono: digital analyst, digital account sales, digital marketer, data visualization e dashboard designer, social media manager, editorial content specialist. "Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze. Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008 - commenta il presidente di Assolombarda, Carlo Bonomi -. Inoltre, aggiunge il presidente del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda, Andrea Delogu, bisogna "rafforzare la collaborazione con le università per aumentare l'occupabilità dei laureati". Nel 2016 il mercato Entertainment & Media ha raggiunto i 31,5 miliardi di ricavi e per il 2021 si stimano 38,1 miliardi, con una crescita media annua del 3,9%.

Lavoro: Bonomi, colmare gap tra profili richiesti e competenze

AGI - Milano, 23 ott. - 'Digital analyst', 'Digital account sales', 'Digital marketer', 'Data visualization e dashboard designer', 'Social media manager' ed 'Editorial content specialist': sono le sei professioni che da qui ai prossimi cinque anni saranno più ricercate nel settore della comunicazione. È quanto emerge da un lavoro del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda, che conta oltre 360 imprese tra le più importanti realtà produttive operanti sul territorio lombardo e nazionale per un totale di quasi 16mila dipendenti. "I giovani sono una risorsa indispensabile per le imprese e per il Paese perché sono il nostro futuro. Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze. Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008. Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove 'skills' richieste dalle aziende. Per i nostri figli dobbiamo volere un Paese dove si premi il coraggio, il merito, le opportunità", ha dichiarato Carlo Bonomi, presidente di Assolombarda.

Assolombarda: dal digital analyst all'editorial content specialist

ITALPRESS - Milano, 23 ott. - 'Digital analyst', 'Digital account sales', 'Digital marketer', 'Data visualization e dashboard designer', 'Social media manager' ed 'Editorial content specialist': sono queste le sei professioni che da qui ai prossimi cinque anni saranno più ricercate nel settore della comunicazione. È quanto emerge da un lavoro del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda, che ad oggi conta più di 360 imprese tra le più importanti realtà produttive operanti sul territorio lombardo e nazionale per un totale di quasi 16mila dipendenti. L'indagine, presentata oggi in Assolombarda durante l'evento "Tecniche, mestieri e digital art", nasce con l'idea di offrire agli studenti delle facoltà di comunicazione, che hanno da poco intrapreso il loro percorso di studi universitari, uno strumento concreto di orientamento sulle figure più ricercate dalle aziende rispetto al loro ambito di studi. "I giovani sono una risorsa indispensabile per le imprese e per il Paese perché sono il nostro futuro. Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla divergenza tra profili richiesti e competenze. Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008 - ha dichiarato Carlo Bonomi, Presidente di Assolombarda -. Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove 'skills' richieste dalle aziende. Per i nostri figli dobbiamo volere un Paese dove si premi il coraggio, il merito, le opportunità". "L'incontro di oggi rappresenta un'importante occasione di dialogo con gli studenti e con le università per capire cosa aspettarsi dal mondo della comunicazione nei prossimi anni - ha dichiarato Andrea Delogu, Presidente del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda e Vicedirettore Generale in seno alla Direzione Informazione del Gruppo Mediaset -. Crediamo, infatti, che orientare i giovani verso scelte più coerenti possa accrescere la loro occupabilità e, al contempo, che sollecitare le università sul valore della collaborazione tra mondo accademico e imprese rappresenti un fattore determinante per il placement dei laureati". Il mercato Entertainment & Media (E&M) sembra aver assorbito i colpi della crisi congiunturale degli anni passati e, a seconda dei segmenti, manifesta segnali di tenuta o di crescita, confermando così la ripresa avviata nel 2015. Nel 2016 il mercato ha raggiunto i 31,5 miliardi di ricavi e la previsione al 2021 salirà a 38,1 miliardi, crescendo con un CAGR del 3,9%.

Assolombarda: le 6 professioni più ricercate nella comunicazione

ASKANEWS - Milano, 23 ott. - Digital analyst, Digital account sales, Digital marketer, Data visualization e dashboard designer, Social media manager ed Editorial content specialist: sono queste le sei professioni che da qui ai prossimi cinque anni saranno più ricercate nel settore della comunicazione. È quanto emerge da un lavoro del Gruppo Media, Comunicazione e Spettacolo di Assolombarda. "Oggi, secondo le nostre stime, il 40% della disoccupazione giovanile è attribuibile alla

divergenza tra profili richiesti e competenze - ha dichiarato Carlo Bonomi, Presidente di Assolombarda - Senza contare che sono proprio i giovani ad aver pagato il conto più salato della crisi degli ultimi anni con una perdita in Lombardia di 340mila occupati, tra i 15 e i 34 anni, rispetto al 2008. Dobbiamo dare ai nostri giovani gli strumenti per essere più consapevoli della costante evoluzione del mercato del lavoro e poter rispondere adeguatamente al bisogno di nuove 'skills' richieste dalle aziende. Per i nostri figli dobbiamo volere un Paese dove si premi il coraggio, il merito, le opportunità". Il mercato Entertainment & Media sembra aver assorbito i colpi della crisi congiunturale degli anni passati e, a seconda dei segmenti, manifesta segnali di tenuta o di crescita, confermando così la ripresa avviata nel 2015. Nel 2016 il mercato ha raggiunto i 31,5 miliardi di ricavi e la previsione al 2021 salirà a 38,1 miliardi, crescendo con una crescita media annua del 3,9%.

Il Digital analyst ha il compito di realizzare analisi e proiezioni dei dati di vendita, dei risultati delle campagne marketing, delle abitudini di consumo e delle tendenze. Tiene sempre aggiornati i reparti artistici dell'azienda con report settimanali ed è responsabile delle analisi e dei Kpi collegati ad artisti, campagne e streaming con focus sulle playlist di contenuti (musica, video). Cura e aiuta a sviluppare le performance delle playlist e, inoltre, fornisce raccomandazioni strategiche in considerazione delle tendenze.

Il Digital account sales si occupa di compiere analisi di mercato e dell'andamento delle vendite digitali dell'azienda. Deve anche realizzare analisi e previsioni sull'andamento di prodotti e di playlist sui vari partner streaming/download.

Il Digital marketer è un esperto in comunicazione digitale a tutto tondo. In collaborazione con Social media manager, esperti Seo e Sem, sviluppatori e diversi specialisti del web, amministra e dirige le dinamiche più importanti che sottendono un progetto di web marketing. Il Data visualization e dashboard designer ha il compito di trovare le modalità più appropriate per rendere intellegibili e comunicabili dati di marketing, finanziari, amministrativi, di produzione, delle piattaforme digitali dell'impresa.

Il Social media manager, community manager, digital media editor gestisce i social media di un brand o di un'azienda, curandone il piano editoriale e proponendo iniziative rivolte alla community dei fan per stimolarne l'interazione e l'engagement. Pubblica contenuti di vario genere e gestisce di fatto il dialogo tra brand/azienda e community, alimentando e moderando le conversazioni sui social network.

L'Editorial content specialist è una figura crossmediale in grado di utilizzare, nelle proprie specificità, i diversi media/piattaforme e strumenti tecnologici digitali (video editing, blog editing, social network, SEO writing) al fine di produrre contenuti multimediali, partendo dalla fase ideativa fino alla post-produzione e alla pubblicazione finale.