

Cosa si impara	<p>Nel corso dell'esperienza in SCUP al museo potrai acquisire importanti competenze trasversali, come:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la capacità di lavorare in gruppo; - la capacità di lavorare in autonomia; - la capacità di problem solving; - la capacità di pianificazione e di programmazione delle attività e del tempo; <p>e una serie di competenze specifiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - conoscere quali sono i mezzi e le strategie comunicative; - imparare le dinamiche della divulgazione scientifica; - approfondire e affinare la scrittura, imparando che i registri linguistici sono diversi; - imparare l'importanza e le dinamiche del lavoro in team; - sapersi orientare tra i processi che portano alla realizzazione di un progetto o di un evento; - acquisire la capacità di utilizzo di piattaforme come Canva, Mailchimp o dei principali canali social; - conoscere le basi dei programmi di editing in materia digitale, per web, foto, video. 	
Competenza da certificare al termine del progetto	Repertorio regionale utilizzato	Veneto
	Qualificazione professionale	Servizi culturali e di spettacolo. Tecnico specializzato nell'organizzazione e promozione di Beni ed Eventi culturali
	Titolo della competenza	Definire il piano di comunicazione per la promozione di un Bene/Evento culturale e di spettacolo
	Elenco delle conoscenze	<ul style="list-style-type: none"> -Strategie di marketing e comunicazione in ambito culturale -Tecniche per la determinazione dei canali di promozione degli eventi culturali/di spettacolo -Caratteristiche e potenzialità degli strumenti di comunicazione adeguati alla promozione di eventi culturali/di spettacolo -Tecniche per la determinazione del prezzo dei prodotti -Tecniche di gestione di pubbliche relazioni -Caratteristiche del piano di comunicazione (obiettivi, individuazione del target, ecc.)
	Elenco delle abilità	<ul style="list-style-type: none"> -Identificare modalità e strategie di promozione di beni, eventi e servizi culturali, individuando il target e gli strumenti e definendo prodotti per la comunicazione -Identificare le attività di comunicazione adeguate al bene/evento da promuovere (pubblicità, promozione vendite, vendita personale, relazioni esterne, ecc.) - Individuare i canali più efficaci (web, stampa di settore, aziende di promozione turistica, ecc.) per promuovere bene/evento culturale/di spettacolo - Curare le relazioni con enti locali, stampa, istituzioni governative, scuole, associazioni culturali e non per promuovere l'evento -Effettuare attività di promozione e vendita sul territorio (concessioni sconti, campagne abbonamenti, operazioni a premio, distribuzione di gadget, ecc.)
Vitto	Garantito un buono pasto di 7 euro nelle giornate con orario di servizio pari o superiore a 4 ore lavorative (anche se svolte solo al mattino) o nelle quali è previsto il rientro pomeridiano spendibili presso diversi ristoratori collocati a breve distanza dalla sede.	
Piano orario	L'orario di servizio ha una durata settimanale media di 30 ore, indicativamente dal martedì al venerdì, per 4 mattine con 4 rientri pomeridiani. In caso di particolari attività ed eventi, potrà essere chiesta occasionalmente una minima flessibilità oraria, la	

	disponibilità durante il fine settimana oppure oltre l'orario standard.
Formazione specifica	Si garantisce una formazione minima specifica che prevede 48 ore così distribuite: Presentazione della struttura organizzativa, delle sedi museali, dello staff, delle attività del museo (3 ore); Presentazione staff e attività specifiche relative all'Ufficio Comunicazione e marketing (4 ore); Il museo oggi: cenni di museografia, storia dell'evoluzione dei musei, definizione e attualità (1 ore); Il museo aperto: accessibilità museale e linguaggi, collezioni open access, citizen science e pari opportunità (2 ore); Formazione sui contenuti dell'attività scientifica e culturale del museo e dei luoghi (9 ore); Formazione legata alla sicurezza sul luogo di lavoro (2 ore); Formazione sulla gestione di un piano di comunicazione e promozione: strumenti, strategie (3 ore); Formazione sulla scrittura: linguaggi, target, copywriting (1 ora); Formazione sul sito web: strutturazione del sito e strategia, redazione testi, editing, SEO (4 ore); Formazione sui social media: linguaggi, pubblico, strategie (4 ore); Formazione su immagine coordinata e materiali promozionali: branding, creazione immagini per web e social, locandine, foto, video, Canva, etc. (4 ore); Formazione newsletter: utilizzo di Mailchimp, profilazione utenti, target, editing e campagne (2 ore); Formazione su digital advertising e campagne pubblicitarie offline: google ads, meta ads, campagne display, affissioni, etc (3 ore); Formazione relativa al RAM festival: finalità, modalità di partecipazione, come si organizza un festival (3 ore); Marchio EcoEventi e sostenibilità (Valentina Poli, 1 ora); Formazione relativa all'Ufficio Stampa (Claudia Beretta, 2 ore).

CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

Caratteristiche ricercate nei partecipanti	Ci rivolgiamo a un ragazzo o una ragazza che abbia voglia di mettersi in gioco partecipando e conoscendo da vicino le attività di ricerca, divulgazione, formazione di un museo, per comprenderne e condividerne i valori di tutela, conservazione, valorizzazione del patrimonio culturale e dell'ambiente, sostenibilità e accessibilità. Fondamentale è che il/la partecipante dimostri di aver compreso il progetto, soprattutto nei suoi obiettivi, sia ben informato relativamente al museo, alle sue discipline e al contesto territoriale, e dimostri entusiasmo e coinvolgimento.
Dove inviare la candidatura	Museo della Città, Via Calcinari 18, Rovereto TN comunicazione@fondazionemcr.it - fondazionemcr@pec.museocivico.rovereto.tn.it
Eventuali particolari obblighi previsti	-
Altre note	-