



PROGETTO DI SERVIZIO CIVILE UNIVERSALE PROVINCIALE

redatto sulla base dei “Criteri di gestione del SCUP”
(deliberazione della Giunta provinciale n. 2117 del 20 dicembre 2019)

Scheda di sintesi 2023/ver. 5

Titolo progetto	Marketing museale: dall’analisi del pubblico alla promozione offline
Ambito tematico	<input type="checkbox"/> Ambiente ✓ Comunicazione e tecnologie <input type="checkbox"/> Educazione e formazione <input type="checkbox"/> Animazione Cultura <input type="checkbox"/> Scuola e università <input type="checkbox"/> Assistenza <input type="checkbox"/> Sport e turismo
Ripetizione	Questo progetto è già stato realizzato in passato: <input type="checkbox"/> Sì, con titolo: [specificare] ✓ No

INFORMAZIONI SULLA ORGANIZZAZIONE PROPONENTE

Organizzazione	MUSE – Museo delle Scienze di Trento
Nome della persona da contattare	Riccardo de Pretis
Telefono della persona da contattare	0461270351
Email della persona da contattare	servizio.civile@muse.it
Orari di disponibilità della persona da contattare	dalle ore 10 alle ore 12
Indirizzo	C.so del Lavoro e della Scienza, 3 - 38122 Trento

DESCRIZIONE DELLA PROPOSTA

Durata	Mesi: 12	
Posti	Numero minimo: 1	Numero massimo: 2
Sede/sedi di attuazione	MUSE – Museo delle Scienze di Trento	
Cosa si fa	Lavorerai al MUSE all’interno del Team marketing Sarà l’occasione per: apprendere competenze sul marketing museale; approfondire attività di evaluation, nello specifico attraverso la creazione, somministrazione, rielaborazione e analisi di questionari, indagini osservanti sul pubblico ed il “non pubblico” del museo; approfondire attività di promozione offline di mostre ed eventi del museo nello specifico attraverso l’elaborazione di piani di marketing e comunicazione, la progettazione di visual grafici, l’identificazione e messa in atto di azioni e strumenti adeguati ai diversi target di riferimento.	

Cosa si impara	Grazie alle attività previste potrai: migliorare l'analisi critica, la gestione dello stress, le abilità comunicative, relazionali ed organizzative; acquisire competenze e conoscenze utili per l'ingresso nel mondo del lavoro e conoscenze nell'ambito del marketing culturale; sviluppare autonomia organizzativa, responsabilizzazione e pianificazione del lavoro nel tempo; sviluppare capacità di lavoro in team e coordinamento con i referenti di altri settori.	
Competenza da certificare al termine del progetto	Repertorio regionale utilizzato	Friuli Venezia Giulia
	Qualificazione professionale	Progettazione strategica per la promozione di beni e servizi culturali
	Titolo della competenza	Progettazione strategica per la promozione di beni e servizi culturali
	Elenco delle conoscenze	<p>Principi di economia della cultura</p> <p>Caratteristiche e classificazione dei beni e dei servizi culturali</p> <p>Tecniche di analisi delle potenzialità di un bene culturale o di un territorio</p> <p>Tecniche di analisi del mercato culturale</p> <p>Tipologie di servizi collaterali ad un evento culturale</p> <p>Tecniche e strategie di marketing e webmarketing culturale</p> <p>Caratteristiche e tipologie di merchandising correlato ai beni culturali</p> <p>Strumenti e tecniche di segmentazione e differenziazione</p> <p>Strumenti e tecniche di targeting: analisi di attrattività e competitività</p> <p>Strategie di posizionamento: definizione dei mercati obiettivo e del posizionamento dei prodotti</p> <p>Lo sviluppo del piano di marketing: dall'analisi all'azione</p> <p>Tecniche, strumenti e canali di comunicazione</p> <p>Tecniche di misurazione dell'efficacia delle politiche di marketing</p> <p>Principi di Design for all</p>
Elenco delle abilità	<p>Analizzare e identificare le potenzialità di mercato di un bene culturale o di un territorio</p> <p>Gestire le relazioni con gli interlocutori di riferimento (privati e pubblici)</p> <p>Realizzare attività di marketing e webmarketing culturale</p> <p>Realizzare una segmentazione del mercato sulla base di variabili predefinite</p> <p>Comprendere l'ambiente e le possibilità competitive nei vari contesti dei mercati/prodotti</p> <p>Posizionare beni e servizi culturali rispetto al mercato, alla concorrenza ed identificare aree di differenziazione</p> <p>Elaborare un piano generale di marketing e comunicazione a diversi livelli (es. tradizionale, webmarketing, multicanale)</p> <p>Definire le specifiche tecniche di beni e servizi culturali per successiva realizzazione di prodotti promozionali (es. flyer, clip, merchandising)</p> <p>Applicare concetti e strategie di Design for all in ottica comunicativo-promozionale</p> <p>Definire gli indicatori da utilizzare nel processo di marketing management e le fonti di reperimento dei dati</p> <p>Esaminare periodicamente lo stato di avanzamento</p>	

		del piano strategico e proporre eventuali interventi correttivi
Vitto	In caso di attività di almeno 3 ore al giorno articolata su mattino e pomeriggio, potrai usufruire dei buoni pasto dell'importo di 7,00 euro al giorno, rilasciati dal MUSE.	
Piano orario	<p>Monte ore complessivo: 1440 con una media di 30 ore settimanali (con 15 ore minime settimanali)</p> <p>Giorni di servizio a settimana: 5. Numero di giornate a settimana per lo svolgimento delle ore minime settimanali: 3</p> <p>Dal lunedì al venerdì negli orari 9.00 - 13.00 e 14.00 – 16.00</p> <p>Eventuali chiusure della sede di servizio che potrebbero richiedere l'utilizzo di giornate di permessi retribuiti: Natale, Capodanno, feste nazionali, patrono.</p> <p>In occasione di eventi speciali può essere richiesta la presenza anche durante il fine settimana. Saranno comunque garantiti due giorni di riposo settimanali.</p>	
Formazione specifica	<p>Formazione sicurezza lavoratori - parte generale, 4 ore + Formazione sicurezza lavoratori - parte specifica, rischio basso, 4 ore, con rilascio dei relativi attestati;</p> <p>Piano di Emergenza Interno, rischi specifici legati all'attività prevista, organizzazione della sicurezza all'interno del Museo 2 ore;</p> <p>Modulo formativo ed informativo sui rischi connessi al proprio impegno nell'ambito del progetto e sulle misure di sicurezza della sede di progetto, 2 ore</p> <p>Formazione alla cittadinanza responsabile: formazione sullo statuto del museo e la sua mission di sensibilizzazione al rispetto dell'ambiente, della biodiversità e del paesaggio, 1 ora; Marketing museale e target di riferimento, 3 ore; Marketing territoriale, 3 ore;</p> <p>Attività di evaluation e analisi dei dati: tecniche di raccolta, interpretazione e analisi dati con l'ausilio di supporti informatici, 10 ore</p> <p>Formazione generale sulla promozione offline di un evento e di una mostra (materiali a stampa, pubblicità, email marketing, promo commercializzazione...), 10 ore;</p> <p>Formazione generale sulle attività di promozione attraverso co-marketing e partecipazione a manifestazioni sul territorio, 2 ore; Membership e fidelizzazione pubblico, 2 ore;</p> <p>Fundraising: di cosa si occupa? Come e per cosa interagisce con il settore della comunicazione? L'importanza di marketing e fundraising nel contesto museale, 4 ore;</p> <p>I servizi al pubblico del MUSE, 3 ore;</p> <p>Formazione sulle modalità di sviluppo di un piano di comunicazione strategica online, 3 ore; Attività mirate allo sviluppo delle proprie competenze relazionali e di community management, 3 ore;</p> <p>Accessibilità: un museo accessibile come comunica? 2 ore; Linguaggio rispettoso della parità di genere, 2 ore; Il Museo Ecosostenibile: strategie, materiali e comunicazione per allestimenti a basso impatto, 2 ore</p>	

CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

Caratteristiche ricercate nei partecipanti	È il progetto ideale per persone con predisposizione al contatto con il pubblico e al lavoro in team, capacità di utilizzo del pacchetto office e di sistemi informatici, conoscenza di una lingua straniera (preferibilmente inglese o tedesco) e il possesso della patente B.
Dove inviare la candidatura	MUSE – Museo delle Scienze, Corso del Lavoro e della Scienza, 3 38122 Trento serviziocivilemuse@pec.it
Eventuali particolari obblighi previsti	Nessuno
Altre note	Ambiente creativo, dinamico, non convenzionale, che garantisce la possibilità di sperimentare attività varie, differenti tra loro, così da permettere di capire le proprie propensioni e attitudini lavorative personali.