

## News, scienze e cultura, comunicare sui media offline e online

### INDICE:

- PIANO ORARIO p. **Errore. Il segnalibro non è definito.**
- L'ENTE ED IL CONTESTO p.1
- LA RETE DELLE REALTÀ PARTNER p. 3
- LE RISORSE UMANE p. 3
- IL PROGETTO p.5
- COSA SI IMPARA - SOSTENIBILITÀ E PARI OPPORTUNITÀ' p. 6
- COMPETENZA ATTESTABILE p. 8
- A CHI È RIVOLTO IL PROGETTO E MODALITÀ DI SELEZIONE p. 9
- ATTIVITÀ SPECIFICHE PREVISTE p. 9
- FORMAZIONE SPECIFICA p. 10
- RISORSE IMPIEGATE p. 11
- PROMOZIONE DEL SCUP p. **Errore. Il segnalibro non è definito.**

### PIANO ORARIO

Durata progetto: **12 mesi**

Numero di persone da impiegare nel progetto: 1

Monte ore complessivo: **1440 con una media di 30 ore settimanali** (con 15 ore minime settimanali)

**Giorni di servizio a settimana: 5.** Numero di giornate a settimana per lo svolgimento delle ore minime settimanali: 3

**Dal lunedì al venerdì** negli orari **9.00 - 13.00 e 14.00 - 16.00**. Eventuali chiusure della sede di servizio che potrebbero richiedere l'utilizzo di giornate di permessi retribuiti: Natale, Capodanno, feste nazionali, patrono.

**Richieste particolari:** In occasione di eventi speciali può essere richiesta la presenza anche durante il fine settimana. Saranno comunque garantiti due giorni di riposo settimanali.

**Vitto:** In caso di attività di almeno 4 ore o attività articolata su mattino e pomeriggio, i/le giovani potranno usufruire dei buoni pasto dell'importo di 7,00 euro l'uno, rilasciati dal Museo.

Sede: **MUSE - Museo delle Scienze, Trento**

OLP: **Chiara Veronesi**

Referente della comunicazione: **Riccardo de Pretis**

### L'ENTE ED IL CONTESTO

Il **MUSE - Museo delle Scienze** è un ente pubblico non economico, senza fini di lucro, istituito per operare con gli strumenti e i metodi della ricerca scientifica con lo scopo di indagare, informare, dialogare e ispirare sui temi della natura, della scienza e del futuro sostenibile.

Le attività del MUSE si svolgono presso la sede centrale di Trento (MUSE) e, sul territorio, all'interno della **Rete dei musei della Scienza**, diffusa a livello provinciale.

Fanno parte della rete il Giardino Botanico Alpino e la Terrazza delle Stelle alle Viote del Monte Bondone, il Museo delle Palafitte del Lago di Ledro, il Museo Geologico delle Dolomiti a Predazzo, il Palazzo delle Albere a Trento, dove il MUSE amplia la sua proposta culturale mettendo in dialogo la dimensione scientifica con quella umanistica.

Ciascuna di queste sedi svolge attività di divulgazione scientifica e culturale, approfondendo le tematiche trattate attraverso mostre, laboratori ed eventi per il pubblico, proposte didattiche per le scuole, conferenze e seminari di approfondimento che si rivolgono sia alla popolazione residente

sul territorio che ai turisti.

Le proposte e le attività messe in atto dal MUSE e dalle varie sedi - queste ultime soprattutto nel periodo estivo - arricchiscono l'offerta culturale del territorio, costituiscono un'opportunità per la popolazione residente di conoscere meglio e apprezzare le caratteristiche delle zone in cui si collocano, aumentano l'attrattività della zona per i turisti/i, che possono contare su una proposta culturale di qualità che si affianca e sostiene l'offerta ambientale naturalistica e ricreativa della zona.

Nel periodo estivo, tutte le proposte delle sedi vanno adeguatamente comunicate e supportate attraverso una serrata operazione di comunicazione e promozione volta a raggiungere il maggior numero di persone potenzialmente interessate. Nel corso di tutto l'anno, al contempo, vanno promosse e comunicate, con analoghe modalità, le attività delle sedi cittadine del MUSE.

A questo fine operano i **Team digital, marketing e ufficio stampa del MUSE** che si occupano della progettazione e gestione degli strumenti di comunicazione online e offline, di valorizzare le attività dell'istituzione, i progetti scientifici, le attività per il pubblico, i convegni e le conferenze; di creare, inoltre, progetti di comunicazione integrati, per assicurare una maggiore visibilità e presenza sui diversi organi di stampa e attivare sinergie con le istituzioni culturali e produttive del territorio. Coerentemente con la *mission* del museo e delle sue sedi, il lavoro dei tre team contribuisce a sensibilizzare le persone alle tematiche ambientali ed ecologiche, al rispetto del paesaggio e della biodiversità.

Il lavoro dei tre team muove da una consapevolezza: è necessario individuare modalità e contenuti sempre nuovi di approccio con le cittadine e i cittadini, le visitatrici e i visitatori, le turiste e i turisti, il pubblico potenziale e le professioniste e i professionisti dell'informazione. Le informazioni devono essere organizzate sulla base delle esigenze e dei bisogni dei differenti segmenti di utenza, a cui corrispondano interessi e bisogni specifici.

I Team ufficio stampa e digital (assieme al gruppo marketing) rappresentano il museo in tutti i rapporti con il pubblico esterno interagendo con i media e utilizzando vari mezzi di comunicazione.

Il progetto di SCUP "**News, scienze e cultura, comunicare sui media offline e online**" si colloca e sviluppa **all'interno del Team ufficio stampa e digital**, andando a toccare tutti gli aspetti sopra citati e si focalizzerà sulla produzione di contenuti scritti per la stampa, il sito web, i social media, affiancata da produzione di visual e altri supporti visivi per la comunicazione online. Si concentrerà quindi sul supporto al lavoro giornalistico che si svolge all'interno di ufficio stampa, alla cura dei rapporti con la stampa e i media, alla gestione del sito web e dei social media, alla redazione della newsletter periodica e alla pianificazione e implementazione di un blog.

Il progetto offre alla persona in SCUP la possibilità di apprendere come **pianificare una strategia di comunicazione efficace**, come **creare e declinare i diversi contenuti** di comunicazione, **in maniera coordinata e integrata** per ottenere buoni risultati qualitativi e quantitativi.

Un focus particolare, nel periodo estivo, verrà riservato alle attività delle sedi territoriali MUSE. Nella restante parte dei mesi la persona in servizio civile potrà cimentarsi principalmente nella comunicazione delle attività della sede centrale.

Il percorso prevede una parte di **formazione**, sia teorica che pratica che verrà svolta principalmente secondo la modalità del *learning by doing* – e cioè mediante l'applicazione pratica delle indicazioni fornite e il loro approfondimento grazie all'applicazione nei singoli progetti. La formazione riguarderà tematiche quali i principi generali e la deontologia della comunicazione, le

strategie attuabili, la pianificazione del lavoro, la rete delle relazioni necessarie, la creatività. Dopo una prima fase di apprendimento affiancato dalle/i professioniste/i del settore digital e ufficio stampa, raggiunte le competenze di base, la persona avrà la possibilità di contribuire a sviluppare contenuti di comunicazione scaturiti dalla sua creatività, declinandoli in maniera specifica per i diversi canali di comunicazione, allo scopo di lanciare le iniziative e gli eventi principali e raggiungere nuove fasce di pubblico.

La **RETE DELLE REALTÀ PARTNER** per lo sviluppo del progetto di SCUP si articola in diversi soggetti: referenti del Team del MUSE; referenti delle sedi territoriali MUSE; referenti e personale di altri settori del museo: Settore Marketing, Settore Mediazione culturale, Programmi per il pubblico e Ricerca, Amministrazione, Servizi generali; referenti di altri enti scientifici, culturali, turistici operanti sul territorio (ad esempio: FBK, FEM, musei provinciali del Trentino, altri musei operanti in Italia e all'estero, biblioteche, Apt di territorio, Trentino Marketing); media (quotidiani, settimanali, periodici mensili, emittenti televisive e radiofoniche locali e nazionali); web developer; portatori di interesse, influencer; scuole di territorio trentino e nazionale.

Durante tutto il percorso, la persona sarà affiancata costantemente da professioniste/i del settore che la indirizzeranno verso il raggiungimento degli obiettivi, aumentandone in modo graduale le competenze.

La **persona in servizio civile sarà costantemente coinvolta** nelle riunioni e nelle diverse progettualità di comunicazione. In quest'ottica, potrà collaborare nei diversi aspetti della comunicazione, come ad esempio la gestione dei canali web e social, le mansioni dell'ufficio stampa, la redazione della newsletter, oltre che conoscere alcune dinamiche del marketing culturale data la forte sinergia e finalità di intenti.

## **LE RISORSE UMANE**

### **CHIARA VERONESI (OLP)**

Coordinatrice ufficio stampa. Giornalista pubblicista, dopo alcune esperienze lavorative nell'ambito della comunicazione presso enti e istituzioni culturali del Trentino Alto-Adige, dal 2008 si occupa di Ufficio Stampa presso il MUSE. Laureata in Conservazione dei Beni Culturali presso Ca' Foscari a Venezia, possiede un master in Giornalismo e comunicazione istituzionale della scienza presso l'Università degli Studi di Ferrara.

### **ALBERTA GIOVANNINI (coordinatrice responsabile)**

Alberta Giovannini è direttrice sostituta dell'ufficio Organizzazione Risorse umane e servizi diversi di gestione del MUSE – Museo delle scienze di Trento, nell'ambito del quale come responsabile delle risorse umane, è referente per il Servizio civile e OLP.

Laureata in economia e commercio, con un Master in management dei musei e delle istituzioni culturali, si occupa della gestione dei servizi di accoglienza, call booking center e shop del MUSE e delle sedi territoriali. Coordina i settori ufficio stampa, promozione e marketing, i progetti di comunicazione digitale e di evaluation.

Responsabile del settore Corporate membership e fundraising, cura il rapporto con le aziende e gli aspetti di promocommercializzazione legati all'attività del Muse.

Svolge da anni attività di ricerca nell'ambito della rendicontazione sociale e si occupa della redazione del Bilancio di missione del MUSE. È coordinatrice del Gruppo bilancio sociale ICOM

Italia.

### **GIULIA CHIOMENTO**

Referente comunicazione digitale.

Laureata in Scienze e Tecnologie della Comunicazione, ha all'attivo tre Master Executive in Digital Marketing, Marketing culturale e Project Management. Al MUSE dal 2018, si occupa di comunicazione online e coordina il gruppo di lavoro digital.

### **TOMMASO GASPEROTTI**

Laureato in Editoria e Giornalismo all'Università di Verona, comincia a muovere i primi passi nel mondo del giornalismo come cronista per il quotidiano "L'Adige". Giornalista pubblicitario dal 2014, ha all'attivo un corso di specializzazione in giornalismo ambientale a Savona ed esperienze in alcuni uffici stampa in ambito culturale. Dall'ottobre 2019 lavora all'Ufficio stampa MUSE.

### **ADELE GERARDI**

Giornalista professionista, scrittrice e autrice e regista tv, ha iniziato la sua attività a Roma nella carta stampata, per passare al web nella redazione di galileo.net e poi alla tv (Stream, Sky Italia, Rai Sat) e a Berlino nella redazione scientifica del quotidiano Die Welt. Ha conseguito il master in giornalismo scientifico alla SISSA. A Trento ha diretto il TG di Rtr tv, collaborato con Trentino Tv, con le tre serie televisive "Donne di alta quota", poi reporter per l'Agenzia ANSA di Trento e Bolzano, addetta stampa nelle Istituzioni della provincia di Trento, come segretario particolare del presidente del Consiglio provinciale e poi come membro del CORECOM. Da gennaio 2023 lavora nel team di comunicazione del MUSE curando i prodotti multimediali: video, animazioni, podcast, audio guide.

### **VALERIA MARCHIORI**

Libera professionista nell'ambito della comunicazione online e offline. Laureata in Editoria e Giornalismo all'Università di Verona si è specializzata in comunicazione culturale con collaborazioni di rilievo come quella con il Trento Film Festival. Al MUSE dal 2019, attualmente si occupa di strategia di comunicazione online all'interno del team digital.

### **DAVIDE DALPIAZ**

PhD in Biologia Animale. Gestore e produttore contenuti digitali e audiovisivi presso il MUSE. Scrittura e realizzazione di video a tema scientifico, divulgativo e promozionale; supervisione UX e contenuti per software e app interattivi.

### **FABIO PUPIN**

Naturalista di formazione, dopo il dottorato in ecologia sperimentale ha iniziato a collaborare con il Muse nel 2009 - nell'allora museo tridentino - con la sezione di biodiversità tropicale, in ambito erpetologico. Durante la progettazione degli spazi espositivi del Muse si occupa di iconografia e multimedialità e da quel momento la produzione di multimedia diventa la sua principale attività in museo.

### **ADRIANO PISONI**

Ha conseguito un diploma in "Costruzioni ambiente e territorio" e un post-diploma di alta formazione professionale in "Tecnico superiore per l'edilizia sostenibile". Attualmente, è iscritto a "Tecniche della prevenzione negli ambienti e luoghi di lavoro" all'Università di Verona.

Ha maturato significative esperienze formative nel settore ambientale e dell'igiene pubblica tramite tirocini presso APPA Trento e APSS1, e ha partecipato a praticantati in società come Stain Engineering S.r.l e Trentino Progetti S.r.l. Da ottobre 2025 lavora presso il MUSE-Museo delle scienze in qualità di Assistente tecnico/sanitario ambientale, presso l'Ufficio Tecnico e svolge attività di referente per la salute e la sicurezza sul lavoro.

## IL PROGETTO

### **OBIETTIVI generali del progetto:**

- fornire alla persona in SCUP conoscenze, esempi ed esperienze concrete utili a sviluppare delle solide competenze professionali nel campo della comunicazione, nello specifico per ciò che riguarda la frontiera della comunicazione online e dei media più tradizionali (online e offline)
- mettere la persona in SCUP nella condizione di applicare tali competenze nella quotidianità lavorativa di una istituzione culturale di rilievo attraverso l'uso delle piattaforme di comunicazione online;
- stimolare il contributo della persona in SCUP nell'ampliamento delle reti di relazioni esistenti, nel miglioramento della visibilità del museo e nell'ideazione di strategie comunicative innovative e al passo con i trend più recenti;
- gestire il monitoraggio delle conversazioni e delle performance online, con una particolare attenzione a Facebook, X, YouTube, TripAdvisor e Google Business;
- conoscere e utilizzare il principale strumento di CMS (Wordpress), redigere testi e realizzare contenuti per il web;
- offrire agli utenti una comunicazione della scienza efficace e di alta qualità;
- ampliare la capacità di produrre contenuti sia scritti che visivi, e declinarli in modo adeguato secondo l'utilizzo che ne viene proposto: online, su media tradizionali, social media, blog, newsletter;
- immaginare, reperire e produrre supporti video e fotografici da affiancare ai testi per le differenti necessità;
- stimolare il contributo della persona in SCUP nel processo creativo e operativo, nel miglioramento della visibilità del museo e reputazione;
- fornire l'opportunità di inserimento in una struttura museale complessa e innovativa, che produce continuamente stimoli e opportunità conoscitive riguardanti anche ambiti scientifici, didattici, museologici e divulgativi.

### **Modalità di svolgimento del progetto**

La persona candidata sarà seguita e collaborerà con le/i referenti dei **comparti digital e ufficio stampa** che forniranno in un primo periodo tutte le conoscenze pratiche e le indicazioni bibliografiche per approfondire il contesto lavorativo dell'ente, le dinamiche della comunicazione e in particolare gli strumenti per la promozione. Avrà la possibilità di apprendere come si realizza un piano di comunicazione per un ente culturale per il raggiungimento di determinati obiettivi e determinati target di pubblico, in relazione a tempi, budget e risultati attesi. All'interno del piano di comunicazione, verrà data particolare attenzione alla dimensione di produzione dei contenuti e alla loro declinazione.

La **parte di pianificazione** è seguita da una **fase operativa**, di messa in atto delle azioni pianificate. La persona in SCUP potrà quindi seguire le fasi di redazione di testi di presentazione e approfondimento del progetto, alla loro impaginazione e invio con tutte le pratiche connesse al lavoro dell'ufficio stampa, alla loro riformattazione per l'utilizzo sul sito web del museo e sui canali social.

Avrà inoltre la possibilità di supportare la gestione del lavoro d'ufficio attraverso la pianificazione delle riunioni, verbalizzazione e reportistica. Potrà cimentarsi nell'ideazione e produzione di alcune newsletter tematiche nel corso dell'anno, supportare la predisposizione di articoli per il blog e testi. Nel campo della comunicazione online il progetto prenderà in considerazione la gestione "ordinaria" del sito web del museo, la produzione e programmazione di contenuti per i canali social (realizzazione di foto, video, testi, ecc).

La parte del progetto che riguarda la comunicazione delle attività delle sedi territoriali necessiterà di essere svolta talvolta anche nelle sedi stesse. Per questo motivo saranno possibili, soprattutto nei mesi centrali dell'estate, alcuni spostamenti da e per le sedi, in occasione degli eventi principali in programma. Per la maggior parte del tempo, la sede di lavoro sarà il MUSE di Trento.

Il lavoro cui parteciperà la persona in SCUP implica un apprendimento professionalizzante nell'ambito della comunicazione e contemporaneamente lo sviluppo di solide capacità di lavoro di squadra e di relazione. I soggetti con cui collaborerà e/o si interfacerà sono: i referenti dei Team digital e ufficio stampa; i referenti del settore marketing; il personale scientifico, amministrativo e tecnico del MUSE; il personale e i responsabili delle sedi territoriali; i referenti di altri enti culturali e turistici operanti sul territorio; i media (quotidiani, settimanali, mensili, televisioni e radio locali e nazionali); i portatori di interesse, influencer.

**L'OLP, Chiara Veronesi**, ha all'attivo quasi venti anni di esperienza nel settore comunicazione e promozione. Si occuperà di: formazione, accoglienza della persona in servizio civile, monitoraggio del percorso della persona in servizio civile con un'attività che prevede: osservazione; ascolto di tutte le persone coinvolte nel progetto; verifica dell'attività svolta e del processo di maturazione delle competenze professionali, incontri formalizzati e stesura report come previsto dal sistema di "Monitoraggio tre puntini".

La persona in SCUP si occuperà di tenere aggiornato il proprio registro presenze, in cui verranno evidenziati i momenti formativi, gli apprendimenti e le capacità acquisiti.

### **COSA SI IMPARA durante il percorso:**

#### Content management e scrittura per il web

Il candidato/la candidata imparerà a organizzare e curare la comunicazione e creazione di contenuti per il sito web e per il blog del museo. Maturerà capacità di scrittura, abilità creative, persuasive e tecniche seguendo le linee guida della SEO (Search Engine Optimization).

#### Elementi di gestione dei rapporti con i media

Il candidato/la candidata imparerà a organizzare e curare la comunicazione e creazione di contenuti per i media tradizionali, attraverso la maturazione delle abilità di scrittura che seguono i principi e le tecniche del linguaggio giornalistico. Parteciperà attivamente all'organizzazione di conferenze stampa e momenti di incontro con i vari attori dell'informazione. Approfondirà le strategie che vengono seguite dall'ufficio stampa per comunicare adeguatamente i contenuti culturali del museo

#### Elementi di digital strategy

Il candidato/candidata maturerà una visione e una conoscenza di tutti i canali e strumenti digitali presidiati dall'istituzione museale (proprietary, a pagamento, legati all'attività di PR online). Imparerà ad analizzare il contesto, ad esaminare gli obiettivi di comunicazione di ogni strumento al fine di sviluppare una strategia di comunicazione integrata e omnicanale.

#### User Experience Design

Attraverso l'attività di ottimizzazione della piattaforma web la persona in SCUP imparerà le strategie di miglioramento dell'esperienza utente sul web.

### Elementi di digital analysis

Il candidato/la candidata si avvicinerà agli strumenti di analisi delle performance e dell'esperienza online come Matomo e WAI (Web Analytics Italia), funzionali alla valutazione dell'impatto delle azioni di comunicazione e alla loro gestione nel tempo.

### Definizione e gestione del piano editoriale per i social media del MUSE

Nel corso del progetto la persona in SCUP imparerà a definire e gestire dal punto di vista organizzativo e dei contenuti lo strumento del piano editoriale online.

Il piano editoriale è uno strumento fondamentale per la costruzione dell'immagine dell'istituzione sui social media, in particolare su Facebook, X, Instagram, Telegram, Whatsapp e YouTube. La gestione di questo strumento presuppone la definizione degli obiettivi dell'istituzione sulle diverse piattaforme online, lo studio e la definizione dei target a cui la comunicazione è diretta, l'elaborazione dei contenuti specifici per ciascun mezzo e in linea con la brand identity e il tono di voce dell'istituzione, la calendarizzazione corretta dei contenuti in base all'analisi dei trend e degli insight delle pagine social.

### Web copywriting

La candidata/il candidato acquisirà competenze di scrittura per il web nell'ambito della comunicazione istituzionale e culturale. Imparerà a redigere testi chiari, efficaci e accessibili per i diversi canali di comunicazione, adattando il linguaggio agli obiettivi di comunicazione, ai target di riferimento e alle specificità dei diversi formati digitali, in linea con la brand identity e il tono di voce del museo.

### Elementi di User Experience

La persona in SCUP acquisirà elementi di User Experience applicati ai contesti web e social. Imparerà a considerare i bisogni, le aspettative e i comportamenti degli utenti nella strutturazione delle informazioni e dei contenuti, contribuendo a migliorare la fruibilità, l'accessibilità e la chiarezza dei percorsi di navigazione.

### Elementi di SEO

La candidata/il candidato acquisirà competenze di base relative alle strategie di ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO). In particolare, si avvicinerà ai principi fondamentali della visibilità online, come l'uso consapevole delle parole chiave, l'ottimizzazione dei contenuti e dei metadati, e la valutazione delle performance delle azioni di comunicazione.

### Content creation per i social media

Nel corso del progetto la persona in SCUP svilupperà competenze legate alla creazione di contenuti per i social media dell'istituzione museale. Imparerà a ideare, produrre e adattare contenuti testuali, visivi e multimediali in funzione delle specificità delle diverse piattaforme e dei relativi linguaggi.

### Definizione e gestione del piano editoriale per l'ufficio stampa, il blog e la Newsletter MUSE

Nel corso del progetto la persona in SCUP imparerà a definire e gestire dal punto di vista organizzativo e dei contenuti lo strumento del piano editoriale blog, newsletter e comunicati stampa.

### Supporto alla realizzazione di materiali ad hoc (fotografie, video, etc.)

La comunicazione comporta, in misura sempre più pressante, di saper padroneggiare i rudimenti delle tecniche fotografiche, di elaborazione delle immagini, di produzione e montaggio video. Durante il periodo di formazione verranno forniti alla persona in servizio civile gli strumenti per gestire progetti di comunicazione che presuppongono la realizzazione di contenuti fotografici e video. Alla fine del percorso la persona avrà sviluppato alcune competenze che la renderanno capace di ideare, produrre e gestire almeno in parte questi contenuti.

### **Sostenibilità e pari opportunità**

Nel corso del progetto la persona in SCUP conoscerà e promuoverà tutte le attività volte a garanti-

re la l'inclusione sociale e le pari opportunità tra le/gli utenti coinvolte/i nei percorsi di conoscenza/sensibilizzazione offerti dal MUSE e tutte le attività finalizzate alla diffusione della sensibilità ambientale orientata alla sostenibilità. Verrà inoltre a contatto con il personale del MUSE che si occupa in prima persona delle attività in ambito di sostenibilità sociale ed ambientale. Ciò le permetterà di sviluppare conoscenze e abilità di cittadinanza responsabile.

Per un approfondimento generale dei valori che appartengono al MUSE e alla sua "mission" si rimanda alla comunicazione inviata dal MUSE all'Ufficio Servizio Civile – PAT (prot. 4412 del 9/05/2025).

### **Competenze trasversali attese:**

- Accrescimento dei valori di sostenibilità sociale e ambientale.
- Capacità di impiegare un linguaggio rispettoso delle diversità e privo di pregiudizi.
- Capacità di trasmettere ad un pubblico eterogeneo i valori della sostenibilità sociale, ambientale e le pari opportunità per tutte le persone.
- Capacità di redigere e implementare un piano editoriale per i canali social, il web e i canali di comunicazione media on e off line.
- Capacità di ideare e realizzare contenuti per i media offline, il web e i social media esistenti, oltre che per nuove piattaforme online utili ad ampliare il bacino di utenti.
- Capacità di scrittura e di elaborazione di testi di varia lunghezza (per la comunicazione offline, il web e i social, comunicati stampa) in linea con il target prescelto e con il tone of voice dell'istituzione e nel rispetto della correttezza scientifica.
- Capacità di produrre brevi video-interviste e contenuti multimediali per i social media e il web.
- Appropriazione delle diverse tecniche di content creation per il web, i social e i media tradizionali.

### **COMPETENZA ATTESTABILE: Composizione contenuti comunicativi**

L'insieme delle attività previste consentiranno alla persona in servizio civile di acquisire una competenza specifica riconducibile al seguente profilo professionale: Tecnico della comunicazione-informazione. Quadro regionale degli Standard Professionali della Regione Lombardia.

Competenza: **Composizione contenuti comunicativi**

#### **Conoscenze:**

- Tecniche di comunicazione e relazione con il cliente
- Tecniche di relazione interpersonale
- Programmi di grafica e web design
- Lingua inglese
- Principi di comunicazione visiva
- Psico-linguistica
- Tecniche del pensiero creativo
- Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza
- La sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche)

#### **Abilità:**

- Adottare stili di comunicazione verbale adeguati al contesto e agli interlocutori finali
- Applicare tecniche di costruzione di un testo nel rispetto delle regole grammaticali e di sintassi
- Individuare la forma di comunicazione più efficace perseguendo principi di sintesi e chiarezza espositiva
- Utilizzare applicativi informatici per la redazione ed integrazione di tabelle, presentazioni, testi, immagini

Le competenze acquisite potranno essere applicate in altri contesti lavorativi, all'interno di aziende, organizzazioni che svolgono attività di comunicazione e promozione per conto terzi, oppure di enti e aziende che hanno necessità di comunicare una parte delle loro attività.

Alcuni esempi: agenzie di comunicazione, Apt e Pro loco, musei, enti di ricerca, uffici comunicazione di enti pubblici, associazioni no profit, società che si occupano dell'organizzazione di eventi ecc.

### **A CHI È RIVOLTO IL PROGETTO E MODALITÀ DI SELEZIONE**

La selezione della persona avverrà tramite colloquio individuale con i responsabili e i referenti del Team comunicazione MUSE, OLP inclusa. Nel colloquio si valuterà il curriculum vitae e la inclinazione attitudinale della persona sulla base dei seguenti elementi:

- **grado di conoscenza del progetto.** Indicatore: livello di chiarezza e completezza nella descrizione della proposta progettuale da parte del candidato;
- **condivisione degli obiettivi del progetto.** Indicatore: ragioni espresse dal candidato;
- **grado di preparazione pregressa e/o disponibilità all'apprendimento.** Indicatore: curriculum studiorum, interesse o passione per la comunicazione online, per la scienza e la cultura;
- **motivazione e impegno a portare a termine il progetto.** Indicatore: esperienze analoghe già svolte, volontà di intraprendere lavori futuri nell'ambito della comunicazione culturale;
- **idoneità allo svolgimento delle mansioni.** Indicatore: capacità comunicative manifestate in fase di colloquio, esperienze pregresse, simulazione stesura testo in linea con un target dato.

La persona ideale per questo progetto ha predisposizione/abilità nella scrittura, predisposizione al contatto con il pubblico e al lavoro in team, capacità di utilizzo del pacchetto office e di sistemi informatici.

Il punteggio dei candidati sarà espresso in centesimi (da 0 a 100). La griglia di valutazione sarà così strutturata:

- Conoscenza del progetto (0–15)
- Condivisione degli obiettivi (0–10)
- Disponibilità all'apprendimento (0–15)
- Interesse a portare a termine il progetto (0–20)
- Idoneità alle mansioni (0–40).

Nella fase di selezione sarà garantita la parità di genere come previsto dal Piano per l'uguaglianza di genere (Gender Equality Plan) del MUSE. A conclusione della selezione, sarà redatto un verbale.

### **ATTIVITÀ SPECIFICHE PREVISTE**

La persona in SCUP svolgerà le seguenti attività, in un primo momento affiancata dalle/i referenti, in un momento successivo con maggiore autonomia.

> Contribuirà alla organizzazione e cura della comunicazione e alla creazione di contenuti per il sito web e per il blog del museo. Contribuirà alla comunicazione e creazione di contenuti per i media tradizionali.

> Parteciperà attivamente all'organizzazione di conferenze stampa e momenti di incontro con i vari attori dell'informazione.

> Utilizzerà gli strumenti di analisi delle performance e dell'esperienza online come Matomo e WAI (Web Analytics Italia) per la redazione di report

> Contribuirà alla gestione dal punto di vista organizzativo e dei contenuti dello strumento del piano editoriale online.

> redigerà e declinerà testi per i diversi canali di comunicazione, adattando il linguaggio agli

obiettivi di comunicazione

> Si avvicinerà ai principi fondamentali della visibilità online, come l'uso consapevole delle parole chiave, l'ottimizzazione dei contenuti e dei metadati e la valutazione delle performance delle azioni di comunicazione.

> Contribuirà alla ideazione, produzione e adattamento di contenuti testuali, visivi e multimediali in funzione delle specificità delle diverse piattaforme e dei relativi linguaggi. Contribuirà alla definizione e gestione del piano editoriale per l'ufficio stampa, il blog, Newsletter MUSE, sito web e social media

> Supporterà la realizzazione di materiali ad hoc (fotografie, video, etc.)

> Contribuirà alla promozione delle attività volte a garantire l'inclusione sociale e le pari opportunità tra le/gli utenti coinvolte/i nei percorsi di conoscenza/sensibilizzazione offerti dal MUSE.

### **FORMAZIONE SPECIFICA**

La fase formativa avrà un periodo iniziale più intenso della durata di circa 30 giorni, durante i quali imparerà i principi generali del lavoro di comunicazione, per poi continuare in modo più graduale e specifico.

Sono previste **62 ore** di formazione specifica sui seguenti temi:

1. Formazione sicurezza lavoratori - parte generale (4 ore) + Formazione sicurezza lavoratori - parte specifica, rischio basso (4 ore) con rilascio dei relativi attestati. Formatore: soggetto accreditato
2. Piano di Emergenza Interno, rischi specifici legati all'attività prevista, organizzazione della sicurezza all'interno del Museo (2 ore). Formatore: Adriano Pisoni
3. 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). Formatore: OLP C. Veronesi.
4. Formazione sui principi della comunicazione, etica nei rapporti con la stampa e i media, elementi di giornalismo, modalità tecniche di redazione dei comunicati stampa e di gestione dei rapporti con i media, **2 ore**. Formatori: Chiara Veronesi, Tommaso Gasperotti
5. 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**. Formatrice: Alberta Giovannini
6. Tecniche di scrittura, modulazione per i target: dal linguaggio giornalistico allo story telling. Formatori Chiara Veronesi/Tommaso Gasperotti, Giulia Chiomento: **8 ore**
7. Attività di formazione per la gestione e implementazione del back office del sito muse.it, **5 ore**. Formatrice: Giulia Chiomento
8. Attività di formazione per la gestione e implementazione dei profili social del museo, **3 ore**. Formatrice: Valeria Marchiori
9. Formazione sulle tecniche di web writing, sulle modalità di comunicazione e editing online, **3 ore**. Formatrice: Valeria Marchiori
10. Formazione sulle modalità di sviluppo di un piano di comunicazione strategica online, **3 ore**. Formatrice: Valeria Marchiori
11. Ottimizzazione SEO e principi di digital advertising, **2 ore**. Formatrice: Giulia Chiomento
12. Attività mirate allo sviluppo delle proprie competenze relazionali e di community management, **3 ore**. Formatrice: Valeria Marchiori

13. Formazione generale sulle differenti e possibili forme di promozione di un evento (materiali a stampa, pubblicità, email marketing, promo commercializzazione...), **5 ore**. Formatrice: Dina Rizio e Chiara Veronesi (per DEM – newsletter)
14. Produzione di contenuti video e podcast. Principi guida e primi passi, **5 ore** Formatrice: Adele Gerardi e Davide Dalpiaz
15. Realizzazione fotografie di documentazione, pianificazione e supporto nella gestione di shooting fotografici, **4 ore**. Formatore Fabio Pupin
16. Marketing e Fundraising: di cosa si occupa? Come e per cosa interagisce con il settore della comunicazione? L'importanza di marketing e fundraising nel contesto museale **2 ore**. Formatrice: Serena Morelli
17. Accessibilità: un museo accessibile come comunica? **2 ore** Formatrice: Katia Franzoso
18. Museo Ecosostenibile: strategie, materiali e scelte del museo nel rispetto dell'ambiente e della sostenibilità nella comunicazione e nella realizzazione dei vari allestimenti. **2 ore** Formatrice: Lavinia Del Longo

Le competenze fornite alla persona in SCUP saranno trasmesse in minima parte tramite lezioni frontali, ma principalmente apprese svolgendo le attività in affiancamento ai formatori. Le ore indicate potrebbero aumentare a seconda delle necessità manifestate dalla/dal giovane in SCUP. Nel corso dei primi mesi, con regolarità, si chiederà alla persona in servizio civile un giudizio sul livello di utilità della formazione specifica, sul gradimento dei contenuti e sull'efficacia delle tecniche e delle metodologie utilizzate.

#### **RISORSE IMPIEGATE**

La persona in SCUP avrà a disposizione una postazione all'interno dell'ufficio comunicazione, dotata di pc con connessione internet e un telefono fisso. In caso di spostamenti sul territorio, potrà utilizzare le biciclette e le autovetture del MUSE e il servizio di car sharing. In caso di realizzazione in prima persona di servizi fotografici o brevi riprese video, il museo mette a disposizione la macchina fotografica e la strumentazione necessaria alla ripresa.

**Risorse finanziarie aggiuntive investite dall'ente proponente e destinate in modo specifico alla realizzazione del progetto:** Il museo metterà a disposizione il budget necessario ad attuare le campagne promozionali necessarie, a sostenere gli investimenti pubblicitari, la stampa dei materiali e la loro distribuzione. Non è prevista alcuna spesa a carico della persona in servizio civile. Saranno rimborsate eventuali spese sostenute dalla persona in servizio civile durante le attività, quali ad esempio: ticket autostradali, ticket parcheggio e pranzo consumato fuori sede.

Rimborso spese trasferte: 800,00 euro

Spese vitto: 1680 euro

Totale: 2480 euro

**PROMOZIONE DEL SCUP:** Il MUSE nel corso del progetto provvederà a promuovere il SCUP utilizzando: il sito web; le pagine social ed eventuale materiale fornito dall'ufficio competente. Le persone in SCUP nel corso del progetto potranno svolgere attività di promozione secondo le richieste della struttura competente.

