

Comunicare la scienza online al MUSE e nelle sue sedi territoriali 3

30.11.2021

Durata progetto: **12 mesi**

Numero giovani da impiegare nel progetto: min.1 max. **2 (1 sulla parte social/sito attuale, 1 sul progetto del nuovo sito web)**

Monte ore complessivo: **1.440 con una media di 30 ore settimanali** (con 15 ore minime settimanali, massimo 40)

Giorni di servizio a settimana dei giovani: **5 dal lunedì al venerdì, dalle ore 9.00 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 16.00**. Numero di giornate a settimana per lo svolgimento delle ore minime settimanali: 3

In occasione di eventi speciali può essere richiesta la presenza anche durante il fine settimana. Saranno comunque garantiti due giorni di riposo a settimana.

Occasionalmente potrebbe essere richiesta la disponibilità a spostarsi per raggiungere eventi dislocati sul territorio provinciale.

Le disposizioni organizzative museali in termini di capienza massima degli uffici e possibilità di prestare la propria attività in sede o meno, sono influenzate dall'andamento pandemico, pertanto, la presenza in sede potrebbe essere, compatibilmente con le possibilità dei/delle giovani in servizio civile, alternata o alternativa al lavoro da remoto. In tal caso i contatti tra i/le giovani, l'Olp, e gli altri responsabili della formazione avverranno con l'utilizzo della piattaforma Teams e del software Office 365.

Sede: **MUSE – Museo delle Scienze**

OLP: **Antonia Caola**

Referente della comunicazione: **Riccardo de Pretis**

In ossequio al decreto legge 21 settembre 2021, n. 127, vi è l'**obbligo del green pass** (ottenuto con vaccinazione o con tampone o per guarigione) per l'accesso alle sedi di svolgimento del progetto di servizio civile, in analogia a quanto previsto per i lavoratori e i volontari.

Qualora in futuro fosse richiesto l'obbligo vaccinale anche per i lavoratori dei musei, esso varrà anche per i/le giovani in servizio civile, alle medesime condizioni applicate al personale.

DESCRIZIONE DELL'ENTE E INTRODUZIONE AL PROGETTO

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 e, sul territorio trentino, all'interno della rete MUSE dei musei della scienza. Fanno parte della rete il Giardino Botanico Alpino Viote 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 Centro di Monitoraggio Ecologico di Educazione Ambientale sui Monti Udzungwa in Tanzania e il sito archeologico Riparo Dalmeri sulla piana della Marcesina.

Ciascuna di queste sedi idea e realizza proposte didattiche per le scuole, conferenze e seminari di approfondimento che si rivolgono alla popolazione residente sul territorio e ai turisti.

I programmi attuati dalle sedi arricchiscono l'offerta culturale del territorio, costituiscono una opportunità per conoscere meglio le caratteristiche delle zone in cui si collocano, aumentano l'attrattività turistica della vallata/zona, e rappresentano una proposta culturale di qualità che si integra e promuove l'offerta ambientale, naturalistica e ricreativa della zona.

Tutte le proposte delle sedi vanno adeguatamente comunicate attraverso una serrata azione di promozione, in modo tale da riuscire a raggiungere il maggior numero di persone potenzialmente interessate.

A questo aspetto di informazione e valorizzazione di tutte le progettualità lavora il Team comunicazione e promozione del MUSE, che si occupa di ideare e gestire gli strumenti di comunicazione online e offline, di valorizzare le attività dell'istituzione - compresi i progetti

sviluppati a livello scientifico, le attività per il pubblico, i convegni e le conferenze, di creare progetti di comunicazione integrati per assicurare una maggiore visibilità e presenza sui diversi organi di stampa, di pianificare la pubblicità e di curare collaborazioni e sinergie con le istituzioni culturali e produttive del territorio. Coerentemente con la mission del museo, il lavoro del Team comunicazione in cui si collocherà l'attività delle persone in SCUP contribuisce a sensibilizzare su tematiche ambientali ed ecologiche, al rispetto del paesaggio e della biodiversità.

Il progetto di servizio civile "Comunicare la scienza online al MUSE e nelle sue sedi territoriali 3" è finalizzato a rafforzare l'utilizzo degli strumenti di comunicazione online dell'istituzione attraverso lo sviluppo di un set di nuove iniziative e pratiche.

Tenendo come punto di riferimento la strategia di comunicazione di base di provata efficacia sviluppata al MUSE nel corso degli anni, le persone in servizio civile potranno apprendere e sperimentare come declinare le varie azioni di informazione e promozione online utili a raggiungere i differenti target di pubblico del museo, sviluppando strategie e percorsi di lavoro innovativi e stimolanti. Raggiunte le competenze di base e supportate dai referenti del Team comunicazione, avranno la possibilità di sviluppare personali strategie e modalità di comunicazione online, specifiche per i differenti target di riferimento, al fine di comunicare al meglio le attività e gli eventi del museo per agire sulla dimensione più prettamente istituzionale.

CONTRIBUTO DEI GIOVANI IN SCUP Il progetto è stato ideato grazie al contributo di giovani precedentemente impegnate in servizio civile (Serena Morelli, Jennifer Murphy, Giulia Chiomento, Valeria Marchiori) e in particolare di Stefano Righetti, che ha svolto il servizio civile presso l'ufficio comunicazione e promozione MUSE dall'1 febbraio 2021 al 31 gennaio 2022. La sua esperienza personale pregressa e il suo percorso di servizio civile hanno permesso di individuare una serie di attività centrali, che potrebbero essere sviluppate con maggiore sistematicità con il prossimo progetto. Il suo apporto è stato di valore e ha evidenziato l'importanza di attivare relazioni durature con alcune figure chiave rappresentative dei diversi dipartimenti del museo, al fine di costruire e mantenere coinvolto un gruppo attivo e motivato a costruire un piano editoriale social intra-dipartimentale. La sua presenza ha permesso di recepire alcuni suggerimenti e stimoli utili a migliorare il piano di lavoro, oltre che le modalità di comunicazione interna e scambio delle informazioni, per sviluppare idee e perfezionare il progetto, partendo dalla struttura originaria. È emersa tra tutte l'importanza di affidare alla persona in servizio civile un **set di responsabilità ben definite**, fornendole gli strumenti progettuali e operativi **per seguire autonomamente il processo di sviluppo di un progetto**, dalla sua fase ideativa, alla definizione delle strategie necessarie per dargli stabilità e sostenibilità nel tempo. Inoltre la rilevanza di **feedback mirati** da parte dei colleghi dell'ufficio e dell'OLP per aumentare così la consapevolezza della persona in servizio civile nel contesto lavorativo e formativo.

La comunicazione della scienza efficace e di alta qualità è il focus del progetto. Le piattaforme social e web del MUSE, infatti, non sono solo uno spazio di promozione delle attività e dei contenuti del museo, ma un'occasione di comunicazione scientifica *lato sensu*. Secondo tale accezione, perciò, la persona in servizio civile parteciperà al lavoro collettivo di creazione dei contenuti adeguati, in connessione con gli esperti dei vari settori operanti nel museo e grazie a ciò si troverà anche nelle condizioni di sviluppare interessi inediti.

La continua evoluzione dello scenario della comunicazione online si traduce nella richiesta da parte del mondo del lavoro di profili e competenze sempre più specifici. Per rispondere alle necessità organizzative dell'ufficio e per consentire alle due figure selezionate di articolare al meglio la loro formazione al MUSE, si proporrà di personalizzare la propria esperienza di formazione nell'ambito della comunicazione attraverso l'uso del web o dei social media e verrà proposto uno specifico percorso di formazione. I due profili potranno così sviluppare una serie di competenze trasversali ai due ambiti e una serie di competenze più specifiche e distintive. Le persone selezionate per questo progetto saranno due: una sarà impiegata principalmente nella comunicazione sui social museali e sull'attuale sito web, l'altra sul progetto di creazione del nuovo sito web museale.

Obiettivi generali del progetto:

- fornire alle persone 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 molto contemporanea della comunicazione online;
- mettere le persone 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 delle persone 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, TripAdvisor e Google Business e Google Analytics
- offrire agli utenti una comunicazione della scienza efficace e di alta qualità.

IL TEAM COMUNICAZIONE è composto da 8 persone, che si occupano delle relazioni esterne e internazionali, dei rapporti con la stampa, della ideazione, produzione e distribuzione dei materiali, della pianificazione degli spazi pubblicitari e promozionali, della gestione del sito web e pianificazione dei social media, della creazione del nuovo sito web.

ANTONIA CAOLA (OLP)

ha più di vent'anni di esperienza nel settore comunicazione e promozione. Oltre alla responsabilità di questo settore che consiste nella supervisione generale delle attività di comunicazione, ufficio stampa e promozione, si occupa di gestione delle relazioni internazionali e istituzionali, monitoraggio della corretta applicazione del brand MUSE. Giornalista pubblicitaria, laureata in lingua cinese, per 9 anni ha svolto attività di interprete e traduttrice tecnico commerciale in vari settori merceologici. Nel 1992 ha iniziato a collaborare con il Museo delle Scienze dove si è occupata di interpretariato, segreteria convegni internazionali, ha istituito il comparto inhouse di editoria scientifica. Ha fondato e diretto il settore comunicazione e ufficio stampa del museo dal 1998 al 2013 e dal 2017 ad oggi, dal 2014 al 2017 ha coordinato il gruppo di europrogettazione. Cura le relazioni istituzionali, supervisiona l'ufficio stampa la promozione online e offline e sovrintende la corretta applicazione del brand MUSE,

ELISA TESSARO

Collaboratrice Team comunicazione e promozione, referente del nuovo sito web. Dopo la laurea in Scienze della Comunicazione, lavora fra Padova e Berlino, collabora come account in un'azienda che si occupa di allestimenti museali. Dal 2007 inizia l'attività freelance di ufficio stampa per diverse istituzioni culturali e sviluppa piani di marketing e di fattibilità per diversi progetti culturali in Trentino e in Alto Adige. Collabora nelle pagine della cultura, con il quotidiano "*L'Alto Adige*" e con la rivista "*Alp magazine*". Al MUSE è referente della comunicazione online dal 2011.

JENNIFER MURPHY

Collaboratrice Team comunicazione e promozione, referente del web e social media. Durante gli studi universitari collabora come freelance con il Corriere del Trentino. Dopo la laurea specialistica in Gestione del Territorio e dell'Ambiente arriva al MUSE per un progetto di Servizio civile focalizzato sulla comunicazione web e social. Terminato il progetto diventa collaboratrice occupandosi delle azioni di promozione offline del MUSE e delle sue sedi territoriali e successivamente della comunicazione web e social media.

CHIARA VERONESI

Referente ufficio stampa

Giornalista pubblicitaria 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.

TOMMASO GASPEROTTI

Referente ufficio stampa. Laureato in Editoria e Giornalismo all'Università di Verona. Giornalista pubblicitaria dal 2014.

MARTA POLONI

Collaboratrice team comunicazione e promozione, supporto alla promozione offline di eventi e mostre MUSE e sedi territoriali.

Dopo la laurea triennale in Conservazione e gestione dei beni e delle attività culturali, si laurea in

Economia e gestione delle Arti presso l'Università Cà Foscari di Venezia con una tesi sul tema del digitale nell'ambito della comunicazione e fruizione museale.

SERENA MORELLI (attualmente in congedo di maternità)

Collaboratrice Team comunicazione e promozione, referente della promozione offline di eventi e mostre e della comunicazione delle attività delle sedi territoriali del MUSE.

Laureata in Conservazione e gestione dei Beni Culturali all'Università di Trento, si occupa delle azioni di promozione degli eventi e delle mostre del museo e della comunicazione delle attività delle 7 sedi territoriali.

VALERIA MARCHIORI (sostituzione Serena Morelli)

Collaboratrice team comunicazione e promozione, supporto alla promozione offline di eventi e mostre MUSE e sedi territoriali.

Laureata in Editoria e Giornalismo all'Università di Verona, arriva al MUSE nel 2019 per un progetto SCUP dedicato alla comunicazione online. Freelancer in ambito comunicativo, lavora con realtà come il Trento Film Festival e Premio Mattador. Da luglio 2021 torna al MUSE per supportare l'attività di comunicazione offline.

COME SI SVOLGE IL PROGETTO

Le persone in SCUP saranno seguite e coopereranno con l'Olp, con Elisa Tessaro, responsabile del progetto del nuovo sito web MUSE e con Jennifer Murphy che coordina l'area social e il sito web attuale.

Un'apposita attività di formazione consentirà di imparare come gestire al meglio le piattaforme online del museo, inserire contenuti sul sito web, oltre che di sviluppare contenuti idonei alla comunicazione mediante i principali social media utilizzati (Facebook, Twitter, Instagram, Flickr, Youtube...) e altresì di proporre l'utilizzo di canali non ancora sperimentati. Parteciperanno a riunioni ed eventi e collaboreranno con i referenti per il raggiungimento degli obiettivi fissati, avranno inoltre l'opportunità di prendere parte ai principali eventi organizzati e di cimentarsi nella documentazione degli stessi attraverso l'uso dei social media.

Le attività a cui parteciperanno le persone in SCUP implicano un apprendimento professionalizzante nell'ambito della comunicazione e contemporaneamente lo sviluppo di solide capacità di lavoro di squadra e di relazione.

L'OLP, Antonia Caola, si occuperà: dell'accoglienza delle persone in servizio civile (le accompagnerà alla scoperta di ogni luogo del MUSE; le presenterà al personale del MUSE spiegandone il ruolo; le ascolterà ogni qualvolta ne abbiano necessità); di una parte della formazione specifica; del 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, andamento della formazione specifica; incontri formalizzati e stesura report come previsto dal sistema di "Monitoraggio tre puntini". Si occuperà di correggere o rimuovere eventuali ostacoli alla crescita personale o professionale delle persone in SCUP; riflettere sulle competenze trasversali e professionalizzanti e promuoverne il miglioramento; renderle consapevoli dei progressi fatti; valorizzarne abilità ed eventuali competenze già presenti; adattare il percorso formativo alle vere esigenze dei/delle giovani in SCUP. Si occuperà del monitoraggio della formazione specifica: sarà chiesto un giudizio sul livello di utilità, sul gradimento dei contenuti e sull'efficacia delle tecniche e delle metodologie utilizzate. Si cercherà inoltre di favorire l'espressione di un pensiero critico e di facilitare l'integrazione tra le conoscenze teoriche e le attività svolte.

Le persone in SCUP si occuperanno di tenere aggiornato il proprio diario/scheda di servizio, parte integrante di un personale "portfolio delle competenze", in cui verrà evidenziata la traccia dei contenuti dei momenti formativi, gli apprendimenti e le capacità acquisiti. Supportati dall' OLP e altro personale del museo, raccoglieranno i prodotti delle attività svolte e la documentazione necessaria a dimostrare saperi e capacità appresi in vista dell'eventuale rilascio da parte della Fondazione De Marchi (formalmente incaricata dalla PAT) del "documento di trasparenza", riconoscimento formale delle competenze dimostrate che può essere allegato al CV.

Attività previste per entrambe le figure:

- l'analisi e valutazione delle risorse di comunicazione online;
- il supporto nella creazione di un piano di comunicazione online per il museo;
- il supporto nella realizzazione della newsletter mensile;
- il supporto nella realizzazione o raccolta di materiali ad hoc per i materiali grafici (fotografie, video...) di supporto alla comunicazione online;
- la classificazione, selezione e verifica delle informazioni;
- la collaborazione nella stesura dei testi promozionali online;
- l'assistenza alla realizzazione di fotografie e video (partecipazione critica al briefing pre realizzativo, e alla valutazione a posteriori del lavoro svolto);
- la cura dei rapporti con ufficio marketing per la gestione di eventuali sponsor da collocare sui materiali;
- l'attuazione delle azioni di promozione online messe a piano (gestione dei rapporti con sponsor, operatori del settore turistico...);
- la gestione e controllo del budget assegnato;
- la traduzione di brevi testi per il web o per i materiali cartacei (se a conoscenza della lingua inglese e/o tedesca).

Attività svolte e competenze maturate dalla figura impegnata sul fronte della comunicazione web

- contributo nell'elaborazione e gestione di un piano editoriale per il web secondo una visione cross-channel;
- gestione delle funzionalità del CMS del sito MUSE;
- contributo nello sviluppo di contenuti originali per il web in ottica inbound;
- capacità di utilizzare gli strumenti base messi a disposizione da Google Analytics per l'analisi dei dati
- supporto nella concezione e creazione di campagne di comunicazione cross-canale;
- sviluppo di almeno una rubrica innovativa per il blog del sito MUSE;
- sviluppo di un progetto di storytelling online per una mostra;
- sviluppo di un progetto per la promozione online di un'attività/evento del MUSE.

Content management

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 digital strategy

Il candidato/candidata maturerà una visione e una conoscenza di tutti i canali e strumenti digitali presidiati dall'istituzione museale (proprietari, 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 nuova piattaforma web la persona in SCUP imparerà le strategie di miglioramento dell'esperienza utente per un sito web.

Elementi di digital analysis

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

Attività svolte e competenze maturate dalla figura impegnata nella comunicazione social

- monitoraggio, analisi e gestione delle recensioni sulle piattaforme online
- gestione del piano editoriale per i social media del MUSE (Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, Instagram)
- supporto nella gestione di eventi social e online
- supporto nella gestione in presenza dei singoli eventi sul territorio

- creazione di rubriche speciali (notizie e attività) per animare e creare engagement nei profili Facebook/ Twitter delle sedi territoriali e del MUSE
- raccolta e predisposizione delle informazioni per la realizzazione dei materiali grafici di supporto alla comunicazione online
- cura dei rapporti con Team marketing per la gestione di eventuali sponsor da collocare sui materiali
- collaborazione nella gestione (ricerca e contatto blogger, organizzazione visita) di blog trip in occasioni di eventi e mostre

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, Twitter, Instagram 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.

Monitoraggio, analisi e gestione delle recensioni online

Questa attività rientra all'interno della funzione di customer care online, ossia il servizio di identificazione delle domande e delle questioni inerenti il customer care sui vari canali web. Normalmente la relazione con i visitatori è in mano al servizio informazioni e call center. Nello scenario digitale questa funzione è sempre più affidata alle piattaforme online che permettono di avere un contatto più immediato e diretto con l'istituzione. Il candidato si concentrerà sull'analisi dei feedback post-visita affidati dai visitatori. Sempre più frequentemente, infatti, il consumatore entra in contatto con i suoi "simili", gli altri soggetti che condividono le stesse problematiche e commenti positivi e negativi relativi all'esperienza di visita. Per svolgere in modo efficace quest'azione di monitoraggio, la persona in servizio civile dovrà acquisire le necessarie capacità di analizzare lo scenario, integrando competenze di monitoraggio dei commenti online e di quelli raccolti offline, identificando le tipologie di commenti, le criticità prevalenti e le indicazioni di sviluppo (criticità strutturali, casi isolati, suggerimenti e indicazioni di miglioramento). Una volta classificate le tipologie di commenti potrà dedicarsi a pianificare una strategia di intervento mirata. Utile inoltre la creazione di report mensili sull'andamento delle recensioni online.

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

La comunicazione online 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.

Collaborazione alla gestione di un blog trip (ricerca e contatto blogger, organizzazione visita)

La persona in SCUP avrà la possibilità di contribuire alla realizzazione di un momento di approfondimento per stampa e blogger. Il blog trip è un viaggio proposto a un selezionato numero di advocate (blogger, instagrammer con un ampio seguito, in linea con i target obiettivo del museo) per approfondire determinate tematiche o proposte del museo. L'organizzazione di un blog trip presuppone il controllo di numerosi elementi: dalla selezione dei partecipanti, al loro contatto, all'organizzazione della loro permanenza, alla costruzione dell'itinerario e all'identificazione di potenziali sponsor e partner con i quali costruire la proposta. A conclusione del viaggio è necessario continuare a seguire i partecipanti fornendo materiale (testi, immagini, video), offrendo un supporto per l'elaborazione e sviluppo dei contenuti.

Risultati attesi trasversali alle due figure:

- Capacità di redigere e implementare un piano editoriale per i canali social e per il web.

- Capacità di ideare e realizzare contenuti per il web e i social media per web e social esistenti, oltre che per nuove piattaforme online utili ad ampliare il bacino di utenti.
- Capacità di analizzare e gestire le recensioni online e di dare risposta ad almeno l'80% degli utenti e dare risposta a tutti gli utenti che hanno lasciato un commento scritto.
- 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.
- Sviluppo di almeno un progetto innovativo in ottica multicanale per creare engagement e partecipazione sui social media del MUSE e il web.
- Appropriazione - a fine progetto - di autonomia nella gestione e aggiornamento del sito web del MUSE e dei profili social del museo.
- Appropriazione delle diverse tecniche di content creation per il web e i social

COMPETENZA ATTESTABILE: Effettuare la definizione dei contenuti di un sito web

L'insieme delle attività previste consentiranno alle persone in servizio civile di acquisire una competenza specifica riconducibile al seguente profilo professionale: Web content manager Quadro regionale degli Standard Professionali della Regione Lombardia - Livello EQF: 6 (p.327 <http://www.ifl.servizirl.it/uploadfile/home/ALLEGATO%202-ProfiloCompetenzeIndipendenti-Febbraio2020-Vers3.pdf>).

Il Web content manager è il responsabile della scrittura del web. Coordina il gruppo di lavoro (Web writer, Web editor, Web designer, Web publisher) dedicato alla creazione e stesura dei contenuti e al loro aggiornamento. Contribuisce alla definizione delle strategie comunicative aziendali attraverso l'organizzazione e la creazione dei contenuti per il web. Si occupa della gestione e dell'aggiornamento dei contenuti con la finalità di renderli particolarmente comprensibili ed efficaci e di facilitarne l'accesso. Il Web content manager si interfaccia con i responsabili di produzione, interni all'azienda, per individuare i contenuti da pubblicare.

Conoscenze: Elementi di giornalismo; Modelli per l'estrazione di informazioni e dati semi-strutturati; Normativa sulla protezione della proprietà intellettuale (diritto d'autore); Normativa sull'informazione; Principali browser; Principi della comunicazione con le nuove tecnologie; Tecniche editoriali.

Abilità: Applicare metodi di classificazione delle informazioni; Applicare modalità di selezione delle informazioni; Applicare modalità di verifica delle informazioni; Applicare tecniche di organizzazione dei contenuti editoriali; Applicare tecniche di redazione di documentazione tecnica; Applicare tecniche di ricerca (dati/informazioni/notizie); Applicare tecniche di web writing; Utilizzare sistemi di knowledge management.

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 E' RIVOLTO IL PROGETTO E MODALITA' DI SELEZIONE

La selezione delle persone candidate avverrà tramite colloquio individuale con i responsabili e i referenti del Team comunicazione MUSE, Olp inclusa. Nel colloquio si valuterà il curriculum studiorum 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.

In fase di selezione saranno favorite le persone con laurea triennale o magistrale in materie umanistiche, con predisposizione alla scrittura, al contatto con il pubblico e al lavoro in team, capacità di utilizzo del pacchetto office e di sistemi informatici.

Requisito preferenziale: la conoscenza di una lingua straniera, preferibilmente inglese o tedesco.

Per rispondere alle necessità organizzative dell'ufficio e per consentire alle due figure selezionate di articolare al meglio la loro formazione al MUSE, si proporrà di personalizzare la propria esperienza di formazione nell'ambito della comunicazione attraverso l'uso del web o dei social media. I/Le candidati/e potranno esprimere in sede di colloquio la propria preferenza: in base alla valutazione delle attitudini personali, aspirazioni e competenze, verrà proposto uno specifico percorso di formazione. I due profili potranno così sviluppare una serie di competenze trasversali ai due ambiti e una serie di competenze più specifiche e distintive.

LA FORMAZIONE DELLE PERSONE IN SCUP

La fase formativa avrà un periodo iniziale più intenso della durata di circa 30 giorni, durante i quali impareranno i principi generali del lavoro di comunicazione, per poi continuare in modo più graduale e specifico all'indirizzo scelto nei mesi successivi.

I formatori che forniranno gran parte delle conoscenze utili alla realizzazione del progetto sono: l'OLP Antonia Caola, assieme a Elisa Tessaro (parte web/nuovo sito MUSE) e Jennifer Murphy (parte social e sito attuale).

Sono previste **55** ore di formazione specifica condivisa da entrambe le persone in SCUP sui seguenti temi:

- Corso base sulla sicurezza sul lavoro e primo soccorso con rilascio di attestato, 4 ore. Formatore: Roberto Dallacosta
- Formazione e informazione sui rischi connessi all'impiego dei volontari in progetti di servizio civile, 4 ore. Formatore: Antonia Caola
- 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, normativa sulla protezione della proprietà intellettuale (diritto d'autore); normativa sull'informazione. 4 ore. Formatore: Antonia Caola
- Formazione alla cittadinanza responsabile: formazione sullo statuto del museo e la sua mission di sensibilizzazione al rispetto dell'ambiente, della biodiversità e del paesaggio, 4 ore. Formatore: Antonia Caola
- Attività di formazione per la gestione e implementazione del back office del sito muse.it, 5 ore. Formatore: Jennifer Murphy
- Attività di formazione per la gestione e implementazione dei profili social del museo (Facebook, Twitter, Pinterest, YouTube, Flickr, Instagram), 3 ore. Form.: Jennifer Murphy
- Formazione sulle tecniche di web writing, sulle modalità di comunicazione ed editing online, 3 ore. Formatore: Jennifer Murphy
- Formazione sulle modalità di sviluppo di un piano di comunicazione strategica online, 3 ore. Formatore: Jennifer Murphy
- Ottimizzazione SEO, 3 ore. Formatore: 2 ore Formatore: Jennifer Murphy
- Attività mirate allo sviluppo delle proprie competenze relazionali e di community management, 3 ore. Formatore: Jennifer Murphy
- Formazione generale sulle differenti e possibili forme di promozione di un evento (materiali a stampa, pubblicità, email mkt, promo commercializzazione...), 6 ore. Formatore: Serena Morelli e Chiara Veronesi (per DEM – newsletter)

- Formazione sul corretto utilizzo del marchio MUSE e più in generale sulle linee guida del brand, 4 ore. Formatore: Serena Morelli
- Formazione su come impostare le azioni di promozione di un evento dato un determinato budget, 4 ore. Formatore: Jennifer Murphy
- Formazione su come impostare delle azioni di promozione di un evento dato un target di riferimento, 3 ore. Formatore: Jennifer Murphy.

A queste vanno aggiunte **12** ore di formazione differenziata tra i/le due giovani in SCUP. Nel caso della figura impegnata sul fronte della comunicazione web la formatrice sarà Elisa Tessaro che approfondirà i seguenti temi: content management; digital strategy; User Experience Design e digital analysis; nel secondo caso la formatrice sarà Jennifer Murphy e saranno approfonditi i seguenti temi: definizione e gestione del piano editoriale per i social media del MUSE; monitoraggio, analisi e gestione delle recensioni online; tecniche fotografiche, di elaborazione delle immagini, di produzione e montaggio video; gestione di un blog trip (ricerca e contatto blogger, organizzazione visita).

Le competenze fornite alle persone in SCUP saranno trasmesse in minima parte tramite lezioni frontali, ma principalmente apprese svolgendo le attività quotidiane in affiancamento ai formatori. Le ore indicate potrebbero aumentare a seconda delle necessità manifestate dai/dalle giovani in SCUP.

LA RETE DELLE REALTA' PARTNER per lo sviluppo del progetto:

- referenti del Team comunicazione e promozione;
- personale del MUSE e delle sedi territoriali MUSE;
- referenti di altri enti scientifici, culturali e turistici operanti sul territorio (fra gli altri: FBK, FEM, musei provinciali del Trentino, altri musei operanti in Italia e all'estero con cui il museo ha stretto e/o stringerà collaborazioni, biblioteche, Apt di Trento, Visit Trentino);
- media (quotidiani, settimanali, mensili, televisioni e radio locali e nazionali);
- agenzie per la prenotazione di spazi pubblicitari e concessionarie di pubblicità;
- grafici, creativi e designer;
- alberghi, B&B e strutture ricettive, ristoranti, esercizi commerciali del territorio convenzionati
- portatori di interesse, influencer
- scuole del territorio trentino e nazionale.

RISORSE IMPIEGATE: Le persone in SCUP avranno a disposizione una postazione all'interno dell'ufficio comunicazione, dotata di pc con connessione internet e un telefono fisso. In caso di realizzazione in prima persona di foto o brevi riprese video, il museo mette a disposizione la macchina fotografica e la strumentazione necessaria alla ripresa.

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.

Risorse finanziarie aggiuntive: Non è prevista alcuna spesa a carico delle persone in SCUP. Per i giorni in cui le persone in SCUP saranno impegnate nelle attività previste dal progetto per almeno 3 ore, le stesse potranno beneficiare di un buono pasto del valore di 6,00 euro. Saranno rimborsate eventuali spese sostenute durante le attività, quali ad esempio: pranzo consumato fuori sede.