

Comunicare la scienza online al MUSE e nelle sue sedi territoriali 5

INDICE CONTENUTI

- PIANO ORARIO p.1
- DESCRIZIONE DELL'ENTE E INTRODUZIONE AL PROGETTO p.1
- CONTRIBUTO DEI/DELLE GIOVANI IN SCUP p.2
- OBIETTIVI p.3
- RISORSE UMANE p.3
- LA RETE DELLE REALTA' PARTNER p.4
- COME SI SVOLGE IL PROGETTO, ATTIVITA' p.4
- COMPETENZE p. 6
- COMPETENZA ATTESTABILE p. 7
- A CHI È RIVOLTO IL PROGETTO E MODALITÀ DI SELEZIONE p.8
- LA FORMAZIONE DELLA PERSONA IN SCUP p.8
- PROMOZIONE DI SCUP p.9
- RISORSE IMPIEGATE p. 9
- RISORSE FINANZIARIE AGGIUNTIVE p.9

PIANO ORARIO

Durata progetto: 12 mesi

Numero giovani da impiegare nel progetto: 1

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/delle 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 durante il fine settimana o in orario serale. Saranno comunque garantiti due giorni di riposo a settimana.

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

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

Sede: MUSE – Museo delle Scienze

OLP: Chiara Veronesi

Referente della comunicazione: Riccardo de Pretis

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 e canali online (social media e web), 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 della persona 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 4” 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, la persona in servizio civile potrà 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, avrà 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 DEL/DELLA GIOVANE IN SCUP

Il progetto è stato ideato grazie al contributo di giovani precedentemente impegnate in servizio civile (Jennifer Murphy e Giulia Chiomento) e in particolare grazie al contributo di Giovanni Stefani, che ha svolto il servizio civile nell'ufficio comunicazione MUSE dal 1° giugno 2024 al maggio 2025 e che grazie la formazione ricevuta ha identificato nuove proposte all'interno del bando.

In particolare, Giovanni ha proposto una diversa tempificazione della formazione specifica da parte degli uffici del museo diversi da quello di assegnazione, suggerendo che tale formazione venga erogata entro i primi due mesi di servizio in modo da avere, fin dalle prime settimane, una panoramica più ampia del lavoro svolto nell'intero museo.

Inoltre, sulla formazione con l'ufficio Marketing-Fundraising ha proposto di fornire una panoramica più ampia su come marketing e fundraising contribuiscono positivamente alla mission del museo.

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 alla figura selezionata di articolare al meglio la sua 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.

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 molto contemporanea della comunicazione online;
- 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.

RISORSE UMANE

NICOLA ANGELI

Responsabile della sicurezza. Nicola A. è stato l'assistente tecnico specializzato della Sezione Limnologia e Algologia del Museo delle Scienze (Muse). Laurea in Scienze Naturali (2000) presso l'Università di Padova (Italia), e dottorato di ricerca in Ecologia (2006) presso l'Università di Parma. Attualmente ricopre il ruolo di Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP) per il Muse e le sue sedi territoriali e sta frequentando, a titolo di aggiornamento professionale, un master (HSE management) erogato dall'Università di Modena e Reggio Emilia.

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 e implementazione del sito web e pianificazione dei social media e della creazione di contenuti multimediali (video e podcast).

ANTONIA CAOLA (coordinatrice responsabile)

Responsabile Ufficio Relazioni Istituzionali e Ufficio stampa

Giornalista pubblicista, laureata in lingua cinese. Nel 1992 ha iniziato a collaborare con il Museo delle Scienze dove si è occupata di interpretariato, segreteria convegni internazionali, editoria scientifica. Ha fondato e diretto il settore comunicazione e ufficio stampa del museo dal 1998 al 2013 e dal 2017 ad oggi. Cura le relazioni istituzionali e internazionali, coordina e supervisiona le attività di ufficio stampa, la comunicazione web e social e la promozione online e offline. Sovrintende la corretta applicazione del brand MUSE.

CHIARA VERONESI (OLP)

Referente 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.

JENNIFER MURPHY

Referente 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 si occupa delle azioni di

promozione offline del MUSE e delle sue sedi territoriali e successivamente della comunicazione web e social media.

GIULIA CHIOMENTO

Referente comunicazione digitale

Laureata in Scienze e Tecnologie della Comunicazione, ha all'attivo tre Master Executive in Digital Marketing, Storytelling per l'arte e la cultura, Project Management. Al MUSE si occupa della strategia, sviluppo e implementazione del sito web.

DINA RIZIO

Laureata in Economia e Gestione dell'Ambiente e del Turismo, ha all'attivo un Dottorato in Sviluppo locale. Dopo alcune esperienze nell'ambito della comunicazione presso aziende private e ONG, dal 2019 collabora con il MUSE al progetto *Trentino sostenibile*. Dopo aver seguito la realizzazione e l'implementazione del nuovo sito web del museo, oggi si occupa della comunicazione e promozione offline.

TANIA DALPIAZ

Laureata in Gestione e Conservazione dei Beni Culturali presso l'Università di Trento, dal 2011 al 2015 ha collaborato con il Museo delle Scienze nel settore servizi al pubblico. Tornata al museo a fine 2019, si è occupata della gestione amministrativa del MUSE Shop e delle procedure di acquisto. Da maggio 2024 lavora nel settore comunicazione e attualmente cura la parte relativa alla promozione e alla gestione amministrativa.

TOMMASO GASPEROTTI

Laureato in Editoria e Giornalismo all'Università di Verona, con la tesi - "L'orso e i grandi predatori sui media. Un ritorno che fa notizia" -, comincia a muovere i primi passi nel mondo del giornalismo come cronista per il quotidiano "L'Adige". Giornalista pubblicista dal 2014, dopo un corso di specializzazione in giornalismo ambientale a Savona. 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.

LA RETE DELLE REALTÀ 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.

COME SI SVOLGE IL PROGETTO

La persona in SCUP sarà soprattutto seguita e coopererà con Chiara Veronesi, OLP, con Giulia Chiomento e Jennifer Murphy, referenti rispettivamente per sito web e social del museo. L'OLP è operativa dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 13 e quindi presente giornalmente per affiancare la persona in servizio civile. Inoltre, la/il civilista, durante tutte le ore di servizio, è sempre affiancata anche dal resto del team d'ufficio e in particolare Chiomento e/o Murphy.

Un'apposita attività di formazione consentirà di imparare come gestire al meglio le piattaforme online del museo, caricare i contenuti sul sito web, oltre che di sviluppare contenuti idonei alla comunicazione mediante i principali social media utilizzati (Facebook, X, Instagram, Flickr, Youtube...). Parteciperà a riunioni ed eventi e collaborerà con i referenti per il raggiungimento degli obiettivi fissati, avrà 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 parteciperà la persona 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, Chiara Veronesi, si occuperà: dell'accoglienza della persona in servizio civile (la accompagnerà alla scoperta di ogni luogo del MUSE); della presentazione al personale del MUSE spiegandone il ruolo; dell'ascolto ogni qualvolta ne abbia 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 della persona in SCUP; riflettere sulle competenze trasversali e professionalizzanti e promuoverne il miglioramento; renderla consapevole dei progressi fatti; valorizzarne abilità ed eventuali competenze già presenti; adattare il percorso formativo alle vere esigenze della/del giovane 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.

La persona in SCUP si occuperà 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, raccoglierà 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:

- aggiornamento del sito web muse.it tramite la piattaforma Wordpress;
- contributo allo sviluppo di contenuti originali per il web;
- monitoraggio, analisi e gestione delle recensioni sulle piattaforme online;
- gestione del piano editoriale per i social media del MUSE (Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, Instagram);
- 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 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);
- supporto nella gestione in presenza dei singoli eventi sul territorio;
- creazione di rubriche speciali (notizie e attività) per animare e creare engagement nei profili Instagram del MUSE;
- raccolta e predisposizione delle informazioni per la realizzazione dei materiali grafici di supporto alla comunicazione online.

COMPETENZE che verranno maturate 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 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 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.

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, etc.)

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.

Cittadinanza responsabile

Nel corso del progetto la persona in SCUP conoscerà e promuoverà tutte le 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 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.

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 e per il web.
- Capacità di ideare e realizzare contenuti per il web e i social media esistenti, oltre che per nuove piattaforme online utili ad ampliare il bacino di utenti.
- Capacità di analizzare e gestire le recensioni online.
- 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 - 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 alla persona in servizio civile di acquisire una competenza specifica riconducibile al seguente profilo professionale: Web content manager. Quadro regionale degli Standard Professionali della Regione Lombardia.

https://atlantelavoro.inapp.org/dettaglio_profilo.php?id_profilo=5936&codice_repertorio=SR

Competenza: **Effettuare la definizione dei contenuti di un sito web**

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 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: l'OLP Chiara Veronesi, Antonia Caola, Giulia Chiomento. 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.

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

Il progetto è particolarmente indicato per candidati che conoscono l'inglese o il tedesco.

Il progetto, nel rispetto delle priorità trasversali della PAT inerenti gli obiettivi per le pari opportunità, è specificatamente concepito per NON richiedere una preferenza di genere del/la giovane coinvolto/a.

Il punteggio dei candidati sarà espresso in centesimi (da 0 a 100) e, a conclusione della selezione, sarà redatto un verbale.

LA FORMAZIONE DELLA PERSONA IN SCUP

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 sulla parte online.

Sono previste **52** ore di formazione specifica sui seguenti temi:

- Formazione sulla sicurezza: Piano di Emergenza Interno, rischi specifici legati all'attività prevista, organizzazione della sicurezza all'interno del Museo (2 ore). Formatore: Nicola Angeli
- Formazione e informazione sui rischi connessi all'impiego dei volontari in progetti di servizio civile, 2 ore. Formatrice: Chiara Veronesi
- 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. 2 ore. Formatori: Antonia Caola, Chiara Veronesi, Tommaso Gasperotti
- 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: Chiara Veronesi
- Attività di formazione per la gestione e implementazione del back office del sito muse.it, 5 ore. Formatrice: Giulia Chiomento
 - Attività di formazione per la gestione e implementazione dei profili social del museo, 3 ore. Formatrice.: Jennifer Murphy
 - Formazione sulle tecniche di web writing, sulle modalità di comunicazione e editing online, 3 ore. Formatrice: Jennifer Murphy
 - Formazione sulle modalità di sviluppo di un piano di comunicazione strategica online, 3 ore. Formatrice: Jennifer Murphy
 - Ottimizzazione SEO, 3 ore. Formatrice: Giulia Chiomento
 - Attività mirate allo sviluppo delle proprie competenze relazionali e di community management, 3 ore. Formatrice: Jennifer Murphy
 - Formazione generale sulle differenti e possibili forme di promozione di un evento (materiali a stampa, pubblicità, email marketing, promo commercializzazione...), 6 ore. Formatrice: Dina Rizio e Chiara Veronesi (per DEM – newsletter)
 - Formazione sul corretto utilizzo del marchio MUSE e più in generale sulle linee guida del brand, 4 ore. Formatrice: Antonia Caola
 - Formazione su come impostare le azioni di promozione di un evento dato un determinato budget, 4 ore. Formatrice: Dina Rizio
 - Produzione di contenuti video e podcast. Principi guida e primi passi, 4 ore Formatrice: Adele Gerardi
 - 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
 - La membership del museo: come fidelizzare il visitatore, 1 ora Formatrice: Vanessa Vacchini
 - Accessibilità: un museo accessibile come comunica? Cosa bisogna fare per realizzare una comunicazione accessibile. 2 ore Formatrice: Katia Franzoso
 - Museo Ecosostenibile: strategie, materiali e scelte messe in campo dal 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.

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. La persona in SCUP nel corso del progetto potrà svolgere attività di promozione secondo le richieste della struttura competente.

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 realizzazione in prima persona di foto o brevi riprese video, il museo mette a disposizione la macchina fotografica e la strumentazione necessaria alla ripresa.

RISORSE FINANZIARIE AGGIUNTIVE: Non è prevista alcuna spesa a carico della persona in SCUP. Saranno rimborsate eventuali spese sostenute durante le attività, quali ad esempio: pranzo consumato fuori sede.

Spese vitto: 1.680 euro

Rimborsi eventuali altre spese: 300 euro

