



PROGETTO DI SERVIZIO CIVILE UNIVERSALE PROVINCIALE

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

Scheda di sintesi 2023/ver. 5

Titolo progetto	Comunicare la cultura: le azioni di promozione al MUSE e nelle sue sedi
Ambito tematico	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione e tecnologie <input checked="" type="checkbox"/> Cultura
Ripetizione	Questo progetto è già stato realizzato in passato: <input checked="" type="checkbox"/> Sì, con titolo: Comunicare la cultura: promozione online e offline al MUSE

INFORMAZIONI SULLA ORGANIZZAZIONE PROPONENTE

Organizzazione	MUSE – Museo delle Scienze
Nome della persona da contattare	Riccardo de Pretis
Telefono della persona da contattare	0461/270351
Email della persona da contattare	Servizio.civile@muse.it
Orari di disponibilità della persona da contattare	Dal lunedì al venerdì dalle 10 alle 12
Indirizzo	Muse – C.so del Lavoro e della Scienza, 3 – 38122 Trento

DESCRIZIONE DELLA PROPOSTA

Durata	Mesi: 12	
Posti	Numero minimo: 1	Numero massimo: 2
Sede/sedi di attuazione	Muse – C.so del Lavoro e della Scienza, 3 – 38122 Trento	
Cosa si fa	<p>Raccolta e predisposizione delle informazioni per la realizzazione dei materiali grafici: programma estivo delle sedi territoriali, flyer istituzionali, poster e materiale per eventi singoli</p> <p>Individuazione delle fotografie o degli spunti iconografici da utilizzare per i materiali grafici promozionali; Redazione o editing di testi promozionali applicando tecniche di scrittura pubblicitaria; Cura dei rapporti con lo studio grafico per l’impaginazione dei materiali applicando tecniche di comunicazione pubblicitaria, correzione bozze;</p> <p>Cura dei rapporti con ufficio marketing per applicazione coordinata delle leve del marketing (marketing mix) per i prodotti culturali; Gestione del processo di stampa dei materiali: rapporto con tipografie e stampatori, definizione delle quantità e controllo della qualità</p>	

	<p>di stampa; Cura del lavoro di distribuzione dei materiali sul territorio e individuazione dei punti di distribuzione di interesse per ciascuna iniziativa; Predisposizione di un piano mezzi (media planning) per la promozione delle attività delle singole sedi territoriali, applicando tecniche di lavoro di gruppo sinergiche tra offline e online; Attuazione delle azioni di promozione offline pianificate: richiesta e confronto preventivi di spesa, gestione dei rapporti con i fornitori e le agenzie di pubblicità, con gli operatori del settore turistico; Verifica e monitoraggio costante delle azioni pianificate in relazione agli obiettivi e messa in atto di eventuali azioni correttive; Svolgimento pratiche amministrative correlate alle attività svolte (produzione note interne, richieste acquisti, incarichi per fornitori)</p> <p>Supporto nel lavoro di ufficio stampa: rassegna stampa, brevi news per le iniziative delle sedi territoriali; Supporto nella comunicazione online implementazione sito web e contenuti per le pagine social; Supporto nella comunicazione web e social: scrittura per il web, produzione contenuti social, programmazione e pubblicazione dei contenuti;</p> <p>Ideazione e produzione di alcune newsletter tematiche nel corso dell'anno; Ideazione e produzione di uno o più contenuti per il blog MUSEExtra; Supporto nella gestione del lavoro d'ufficio, pianificazione delle riunioni, verbalizzazione, reportistica; Realizzazione fotografie di documentazione, pianificazione e supporto nella gestione di shooting fotografici.</p>
Cosa si impara	<ul style="list-style-type: none"> > Ideare e sviluppare un piano di comunicazione offline adeguato a promuovere un'attività/iniziativa culturale, in sinergia con la parte online. > Attuare il piano mettendo in atto le azioni necessarie in prima persona e in autonomia > Individuare gli spunti iconografici più adatti per comunicare un determinato messaggio in relazione al target di riferimento (elaborazione di visual + claim). > Comunicare correttamente ai vari target di pubblico, tenendo conto della correttezza dell'informazione data (etica della comunicazione), utilizzando un linguaggio per parole, immagini e supporti adatti all'interlocutore. > Pianificare le tempistiche di realizzazione dei materiali a stampa (dal processo di impaginazione all'iter per la stampa). > Individuare gli interlocutori giusti per sviluppare accordi di collaborazione con altre realtà per la promozione sul territorio. > Sviluppare autonomia organizzativa e pianificazione del lavoro nel tempo. > Sviluppare capacità di lavoro in team e coordinamento con i referenti di altri settori. > Sviluppare azioni in sinergia con il contesto online. > Conoscere delle diverse piattaforme social e loro differente utilizzo strategico per la comunicazione degli aspetti istituzionali e non dell'ente.
Competenza da certificare al termine del progetto	Repertorio regionale utilizzato
	Quadro regionale Emilia Romagna
Vitto	Qualificazione professionale
	tecnico della comunicazione-informazione
Competenza da certificare al termine del progetto	Titolo della competenza
	Sviluppo piano di comunicazione
Vitto	Elenco delle conoscenze
	Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza; La sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche); Media e regole della comunicazione d'impresa; Principi di marketing; Web e reti di comunicazione virtuali; Strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo di veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici,ecc.).
Vitto	Elenco delle abilità
	Valutare tempi e risorse economiche necessarie all'implementazione del piano di comunicazione; Individuare strutture, tecnologie, rete di soggetti da coinvolgere in funzione della strategia comunicativa che si intende realizzare; Adottare le modalità e i supporti di diffusione più adeguati a raggiungere il target di destinatari individuato; Utilizzare i canali comunicativi più appropriati all'implementazione del piano di comunicazione.
Vitto	In caso di attività di almeno 4 ore o attività articolata su mattino e pomeriggio potrai usufruire dei buoni pasto dell'importo di 7,00 euro l'uno, rilasciati dal Museo.

Piano orario	Monte ore complessivo: 1440 con una media di 30 ore settimanali (con 15 ore minime settimanali). Giorni di servizio a settimana: 5. 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. Numero di giornate a settimana per lo svolgimento delle ore minime settimanali: 3 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.
Formazione specifica	Sono previste 55 ore di formazione specifica relativa ai seguenti temi: Formazione sulla sicurezza: Piano di Emergenza Interno, rischi specifici legati all'attività prevista, organizzazione della sicurezza all'interno del Museo, 2 ore; Formazione ed informazione sui rischi connessi al proprio impiego nell'ambito del progetto e sulle misure di sicurezza nella sede di progetto 2 ore; Principi della comunicazione e del marketing culturale, etica nei rapporti con la stampa e i media, deontologia del giornalista, modalità tecniche di redazione dei comunicati stampa e di gestione dei rapporti con i media, 2 ore; Cittadinanza responsabile: conoscenza dell'ente, formazione sullo statuto del museo e la sua mission di sensibilizzazione al rispetto dell'ambiente, della biodiversità e del paesaggio, Formazione sul corretto utilizzo del brand MUSE e più in generale sulla brand identity Forme di promozione di un evento, di applicazione del marketing mix alla realtà culturale e di media planning offline, 7 ore; Elementi di grafica pubblicitaria e di graphic design: la comunicazione visiva del messaggio pubblicitario, 6 ore; Formazione su come impostare le azioni di promozione di un evento dato un target e un budget di riferimento, 4 ore Elementi di pianificazione e programmazione, organizzazione delle risorse e di controllo delle azioni di comunicazione (project managment) 3 ore; Realizzazione della rassegna stampa, 2 ore; Realizzazione di un comunicato stampa, 2 ore; Gestione e implementazione del back office del sito muse.it, 4 ore; Attività di formazione per l'implementazione dei profili social del museo (Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, Instagram, Telegram e WhatsApp), 2 ore; Modalità di comunicazione ed editing online, 2 ore; Modalità di sviluppo di un piano di comunicazione strategica online, 2 ore; Produzione di contenuti video e podcast. Principi guida e primi passi, 4 ore; Marketing: di cosa si occupa? Come e per cosa interagisce con il settore della comunicazione? 2 ore; La membership del museo: come fidelizzare il visitatore, 1 ora; Accessibilità: un museo accessibile come comunica? Cosa bisogna fare per realizzare una comunicazione accessibile. 2 ore; 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

CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

Caratteristiche ricerca-te nei partecipanti	Cerchiamo persone interessate alla comunicazione culturale e con voglia di mettersi in gioco. Il progetto è particolarmente adatto a te se hai predisposizione alla scrittura, al contatto con il pubblico e al lavoro in team e sei disposto/a ad utilizzare il pacchetto office e i sistemi informatici. Potrai sperimentare anche le tue competenze in lingue straniere, se te la sentirai!
Dove inviare la candi-datura	MUSE – Museo delle Scienze
Eventuali particolari obblighi previsti	-
Altre note	-