



## 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

<b>Titolo progetto</b>	<b>Comunicare la cultura: le azioni di promozione al MUSE e nelle sue sedi</b>
<b>Ambito tematico</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione e tecnologie <input checked="" type="checkbox"/> Cultura
<b>Ripetizione</b>	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

<b>Organizzazione</b>	MUSE – Museo delle Scienze
<b>Nome della persona da contattare</b>	Riccardo de Pretis
<b>Telefono della persona da contattare</b>	0461/270351
<b>Email della persona da contattare</b>	Servizio.civile@muse.it
<b>Orari di disponibilità della persona da contattare</b>	Dal lunedì al venerdì dalle 10 alle 12
<b>Indirizzo</b>	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	Raccolta e predisposizione delle informazioni per la realizzazione dei materiali grafici: programma estivo delle sedi territoriali, flyer istituzionali, poster e materiale per eventi singoli 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; 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>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>	
<b>Cosa si impara</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Ideare e sviluppare un piano di comunicazione offline adeguato a promuovere un'attività/iniziativa culturale, in sinergia con la parte online.</li> <li>&gt; Attuare il piano mettendo in atto le azioni necessarie in prima persona e in autonomia</li> <li>&gt; Individuare gli spunti iconografici più adatti per comunicare un determinato messaggio in relazione al target di riferimento (elaborazione di visual + claim).</li> <li>&gt; 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.</li> <li>&gt; Pianificare le tempistiche di realizzazione dei materiali a stampa (dal processo di impaginazione all'iter per la stampa).</li> <li>&gt; Individuare gli interlocutori giusti per sviluppare accordi di collaborazione con altre realtà per la promozione sul territorio.</li> <li>&gt; Sviluppare autonomia organizzativa e pianificazione del lavoro nel tempo.</li> <li>&gt; Sviluppare capacità di lavoro in team e coordinamento con i referenti di altri settori.</li> <li>&gt; Sviluppare azioni in sinergia con il contesto online.</li> <li>&gt; Conoscere delle diverse piattaforme social e loro differente utilizzo strategico per la comunicazione degli aspetti istituzionali e non dell'ente.</li> </ul>	
<b>Competenza da certificare al termine del progetto</b>	<b>Repertorio regionale utilizzato</b>	Quadro regionale Emilia Romagna
	<b>Qualificazione professionale</b>	tecnico della comunicazione-informazione
	<b>Titolo della competenza</b>	Sviluppo piano di comunicazione
	<b>Elenco delle conoscenze</b>	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.).
	<b>Elenco delle abilità</b>	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.
<b>Vitto</b>	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.	

<b>Piano orario</b>	<p>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</p> <p>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.</p>
<b>Formazione specifica</b>	<p>Sono previste 55 ore di formazione specifica relativa ai seguenti temi:</p> <p>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, 2 ore;</p> <p>Formazione sul corretto utilizzo del brand MUSE e più in generale sulla brand identity</p> <p>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</p> <p>Elementi di pianificazione e programmazione, organizzazione delle risorse e di controllo delle azioni di comunicazione (project management) 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</p>

### CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

<b>Caratteristiche ricercate nei partecipanti</b>	<p>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!</p>
<b>Dove inviare la candidatura</b>	MUSE – Museo delle Scienze
<b>Eventuali particolari obblighi previsti</b>	-
<b>Altre note</b>	-