

## CORSO PER ESPERTO IN COMUNICAZIONE MUSEALE

<b>Codice Organismo</b>	<b>AH0734</b>			
<b>Titolo del progetto</b> (inserire il titolo indicato nel D.A.)	<b>NIKE</b> <b>Corso per Esperto in comunicazione museale - ECoMu</b>			
<b>Codice Progetto</b>	<b>Prot. N. 649 dell'allegato A al D.A. n. 2912 del 28/12/2007</b> <b>- PROF2008</b>			
<b>Numero interventi formativi</b>	<b>1</b>			
<b>Settore di intervento (a)</b>	<b>Beni Culturali</b>			
<b>Obiettivo (b)</b>	<b>FORM</b>			
<b>Numero edizioni</b>	<b>n. 1</b>			
<b>Sede dell'intervento formativo</b> (ripetere la sede-prov e comune in caso di più edizioni dell'intervento formativo)	<b>Provincia</b>	<b>PA</b>	<b>Comune</b>	<b>Palermo</b>
<b>Tipologia dei destinatari (c)</b>	Disoccupati/Inoccupati Giovani disoccupati da più di 6 mesi Adulti disoccupati da più di 12 mesi Giovani disoccupati da meno di 6 mesi Adulti disoccupati da meno di 12 mesi Donne			
<b>Livello di scolarità richiesto (d)</b>	Dipl. Scuola Media Superiore			
<b>Altri requisiti richiesti</b>	Residenza regione Sicilia Dipl. Scuola Media Superiore Stato di disoccupazione/inoccupazione			
<b>Profilo Professionale in uscita</b>	<p><b>Esperto in Comunicazione Museale</b></p> <p>Tale professionista avrà approfondite conoscenze e competenze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- delle risorse e del patrimonio culturale del territorio,</li> <li>- delle normative di riferimento</li> <li>- delle collezioni museali</li> <li>- del sistema del turismo-culturale (stato attuale, flussi, variabili, statistiche, politiche in atto, etc...)</li> <li>- delle tecnologie dell'informazione web oriented,</li> <li>- delle tecniche di comunicazione, marketing e promotion,</li> <li>- delle problematiche legate alla gestione della fruizione e valorizzazione dei BBCC in generale e dell'opera d'arte in particolare (soprattutto nell'ottica dell'utilizzo delle nuove tecnologie),</li> <li>- capacità di intermediazione culturale.</li> </ul> <p>L'esperto sarà quindi in grado di effettuare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la pianificazione della comunicazione istituzionale e non dell'ente in cui opera attraverso la realizzazione di piani di comunicazione, l'elaborazione di materiale pubblicitario e di campagne di comunicazione e informazione al pubblico;</li> <li>- analisi del target di riferimento delle campagne e monitoraggio dell'efficacia delle campagne</li> <li>- progettazione, organizzazione e gestione di eventi culturali temporanei a fini promozionali</li> <li>- analisi della domanda di mercato, progettazione di indagini di mercato (sondaggi, test, focus group), finalizzate all'individuazione dei gusti di mercato;</li> <li>- confezionamento di pacchetti/itinerari turistico-culturali di riscoperta;</li> <li>- impostazione, da un punto di vista tecnico, dell'attività comunicativa e promozionale di un ente museale, dando attuazione alle scelte strategiche effettuate;</li> <li>- individuazione delle soluzioni più opportune per la costruzione dell'immagine di istituzioni museali e/o di interesse culturale;</li> <li>- progettazione e sviluppo di merchandising museale.</li> </ul>			

## Sintesi dell'intervento Formativo

La valorizzazione dei Beni Culturali passa attraverso precise strategie di marketing e di comunicazione, essenziali per la promozione di un evento artistico, per la gestione museale o per la vendita nel settore culturale. Questo corso affronta tutti questi aspetti del marketing e della comunicazione, anche attraverso la presentazione di case histories ed esempi pratici, con particolare riferimento all'ambito museale.

Scopo dell'intervento è quello di formare giovani nella figura di "Esperto in Comunicazione museale", una figura capace di coniugare competenze sulle tecnologie dell'informazione web oriented, tecniche di comunicazione, marketing e promotion, con capacità di gestione della fruizione e di valorizzazione dell'opera d'arte, nonché di intermediazione culturale in senso ampio, di progettazione, elaborazione, organizzazione, confezione e produzione di eventi ed itinerari culturali.

Obiettivo del corso è quindi di approfondire le teorie e le applicazioni del Marketing e della Comunicazione per l'Arte e i Beni Culturali, soprattutto in ambito museale e artistico-culturale.

L'attività formativa per le sue peculiari caratteristiche legate a tematiche fortemente innovative (tecnologie dell'informazione web oriented, tecniche di comunicazione, marketing e promotion) prevede l'intervento di docenti ed esperti con esperienze specifiche sulle tematiche trattate.

Per favorire l'acquisizione e l'integrazione delle competenze (di base, trasversali, specialistiche), particolare importanza è stata data alle metodologie formative; l'impostazione metodologica del corso consentirà l'integrazione di momenti di formazione tradizionale (in aula, frontale e FAD) con momenti di formazione di tipo seminariale (focus di approfondimento con libero dibattito), e con una parte finale di formazione-intervento (project work & stage) in cui il discente assume il ruolo di protagonista attivo del processo formativo; nel dettaglio si prevede quanto segue:

**a. formazione "blended"** - ossia moduli di formazione finalizzati al trasferimento di competenze di base, trasversali e parte delle competenze specialistiche, sia attraverso un'attività frontale d'aula (teoria ed esercitazioni) sia attraverso formazione a distanza (fad).

**b. seminari formativi** - ossia focus e approfondimento delle tematiche più innovative legate all'applicazione di strumenti e strategie ICT nell'ambito della valorizzazione dei BBCC, tenuti da esperti del settore (imprenditori, manager, rappresentanti degli enti turistici, amministratori dei musei, comunicatori, etc...); i seminari consentiranno ai partecipanti, in un ambiente informale e da pari a pari, di condividere con esperti esperienze reali di lavoro, casi studio e buone pratiche, all'interno dei quali saranno focalizzati aspetti di particolare interesse sollevati dai partecipanti stessi.

**c. project work**, ossia un momento formativo pratico, finalizzato al trasferimento di competenze specialistiche tecniche, che prevede un'attività pratica di simulazione lavorativa di gruppo per l'elaborazione di idee e progetti finalizzati alla creazione di prodotti ed eventi di comunicazione targettizzati per ambiti d'intervento e potenziale utente/destinatario. Il Project Work sarà strutturato come una vera e propria formazione-intervento e vedrà i partecipanti assumere il ruolo di consulenti della potenziale committenza.

Nello specifico, verranno costituiti più gruppi di lavoro che opereranno distintamente sotto la supervisione di docenti, responsabili didattici e tutor specialistici, per la progettazione e lo sviluppo di prodotti ed eventi di comunicazione museale e/o proposte di itinerari turistico-culturali di nicchia.

**d. stage** - Le attività di stage forniranno agli allievi la possibilità di concretizzare le conoscenze acquisite durante tutto il percorso formativo, di inserirsi in un contesto ed una struttura organizzativa aziendale, sperimentando "on the job" lo start up delle idee progettuali sviluppate in fase di project work. I progetti di stage individuali e/o di gruppo vedranno gli allievi impegnati nell'applicazione delle tecniche e delle strategie di comunicazione e marketing web oriented per la promozione di servizi culturali, nell'organizzazione di prodotti ed eventi di comunicazione museale, etc...

I contenuti e i risultati delle attività sviluppate, rappresenteranno le basi per la costruzione di una nuova offerta turistico-culturale integrata, frutto delle attività di valorizzazione realizzate nell'ambito dei progetti di stage.

<b>Obiettivi dell'intervento formativo</b>	Trasferire competenze specialistiche innovative che, tenendo conto delle esigenze del mercato, coniughino le competenze sulle tecnologie dell'informazione e della comunicazione web oriented nonchè le tecniche di comunicazione, marketing e promotion con le conoscenze delle tematiche relative alla valorizzazione dei BBCC (musei in particolare) e alla gestione innovativa della fruizione dei BBCC, e con quelle di intermediazione culturale in senso ampio, di progettazione, elaborazione, organizzazione, confezione e produzione di prodotti ed eventi di comunicazione culturale in ambito museale.		
<b>Principali argomenti trattati</b>	<p><b>Area I - Competenze di base:</b> Applicazione del D.lgs 626/94; Inglese; Informatica di base; Formazione ambientale; Diritto del lavoro e sindacale.</p> <p><b>Area II - Competenze specialistiche tecnico professionali:</b> Marketing &amp; Comunicazione dei BBCC; Economia e politica e del turismo culturale; Le reti museali; Strumenti di sviluppo per il web; Beni Culturali; Progettazione e sviluppo di merchandising museale; Strumenti di sviluppo per la grafica; Analisi di casi di studio e buone pratiche; Elaborazione di strategie e prodotti di Comunicazione per BBCCAA; Progettazione ed organizzazione di eventi di comunicazione e promozione.</p> <p><b>Area III - Competenze trasversali:</b> Presentazione Corso; Cultura d'impresa; Cultura europea; Spendibilità della professione; Pari Opportunità.</p>		
<b>Durata dell'intervento formativo</b>	<b>Anni:</b>	<b>Mesi: 9</b>	<b>ore: 900</b>
	<b>Teoria: 207</b>	<b>Pratica: 623</b>	<b>FAD: 70</b>
<b>Organizzazione settimanale</b> (numero giorni): <b>dal lunedì al venerdì</b>	<b>Organizzazione giornaliera:</b> (numero ore al di) <b>5 hh dalle 8.30 alle 13.30</b>		
<b>Stage</b>	<b>Si: x</b>  <b>No:</b>	<b>Aziende ospitanti:</b> <b>Associazione Amici dei Musei Siciliani</b> <b>Musei di Charme</b> <b>Palazzo Asmundo</b> <b>Museo delle Marionette</b> <b>Museo del Mare</b> <b>Start srl</b>	
<b>Attestato Rilasciato (°)</b>	<b>CQSup</b>		
<b>Numero Allievi</b>	<b>Totale 15</b>	<b>Maschi</b>	<b>7</b>
		<b>Femmine</b>	<b>8</b>
<b>Modalità di selezione</b>	<b>Si (specificare quale)</b>		<b>no</b>
	<b>Test di cultura generale</b> <b>Colloquio individuale</b>		
<b>Altre informazioni</b>			
<b>Iscrizioni presso</b>	<b>SERVER s.r.l.</b>		
<b>Indirizzo</b>	<b>Via Mariano Stabile, 160 90139 Palermo</b>		
<b>Recapiti telefonici</b>	<b>091/322601</b>		<b>091/6055799 fax</b>