

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 3 - Curare la promozione e la comunicazione degli eventi culturali, elaborando strumenti di supporto alla fruizione

1 - PROMOZIONE E COMUNICAZIONE DELL'EVENTO

Grado di complessità 2

1.2 PROMOZIONE E COMUNICAZIONE EVENTO

Definire la campagna di promozione dell'evento e gli strumenti necessari (social media, manifesti, flyer, pubblicità radiofonica, merchandising, ecc.), acquisendo eventuali autorizzazioni e curando la fase della promozione e della comunicazione prima, durante e dopo l'evento

Grado di complessità 1

1.1 MERCHANDISING

Definire l'offerta di prodotti di merchandising (gadget, t-shirt, kit evento) dando al settore amministrativo le informazioni necessarie per l'acquisizione dei beni e dei servizi necessari

1.1 PACCHETTI INTEGRATI

Elaborare, in collaborazione con un organizzatore di pacchetti turistici, offerte di pacchetti integrati di servizi/prodotti (es. evento + trasporto + alloggio) definendo ruoli, obblighi e compensi per i vari operatori al fine di promuovere l'evento

2 - ELABORAZIONE E DIFFUSIONE DI STRUMENTI DI SUPPORTO ALLA FRUIZIONE

Grado di complessità 1

2.1 STRUMENTI DI SUPPORTO ALLA FRUIZIONE DEL PATRIMONIO

Progettare e realizzare, in relazione alle necessità di specifici pubblici (es. bambini, disabili cognitivi, ecc.) strumenti di supporto alla fruizione del patrimonio da valorizzare, individuando le modalità più adatte per la divulgazione delle informazioni, anche integrate (es. applicazioni, totem multimediali, materiale cartaceo, segnaletica stradale, QR code posti sul territorio, ecc.)

ADA.22.01.06 - PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI ATTIVITÀ CULTURALI

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 3

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Progetto di massima
- Canali di comunicazione e media
- Operatori turistici
- Fornitori di beni e servizi

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di comunicazione
- Metodi e tecniche di progettazione di strumenti di supporto alla fruizione del patrimonio
- Metodi e tecniche di gestione delle relazioni commerciali e di servizio

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Campagne di comunicazione attivate
- Prodotti di merchandising definiti e realizzati
- Strumenti di supporto alla fruizione del patrimonio sviluppati

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Una tipologia di evento
2. Almeno due tipologie di potenziali fruitori

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: impostazione della campagna di comunicazione, assumendo a riferimento le tipologie di potenziali fruitori
2. Colloquio tecnico relativo alla definizione delle attività di merchandising/della realizzazione di strumenti di supporto

FONTI

Delibera Giunta Regionale n. 309/2003: "Approvazione standard e obiettivi di qualità per biblioteche, archivi storici e musei ai sensi dell'art. 10 della L.R. 18/2000"

Garlandini, A. (2007). La carta nazionale delle professioni museali. Genesi, risultati, prospettive. *Museologia Scientifica*, 1(1), 129-139

ICOM (2006). Carta Nazionale delle professioni museali

MiBACT- Da Milano C., Schiachitano E. (2015). Linee guida per la comunicazione nei musei: segnaletica interna, didascalie e pannelli

MiBACT. Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento e sviluppo dei musei (D. Lgs. n.112/98 art. 150 comma 6)

MiBACT, Di Luca A. M. (2007), L'organizzazione di eventi culturali e la comunicazione nello spettacolo dal vivo. Osservatorio dello spettacolo

Repertorio Friuli-Venezia Giulia

SITOGRAFIA

ECCOM, IZI. Professioni e mestieri per il patrimonio culturale
<http://www.eccom.it/it/documenti/49-professioni-e-mestieri-per-il-patrimonio-culturale>