Tecnico dell'organizzazione di eventi culturali e dello spettacolo

SETTORE 22. Servizi culturali e di spettacolo

REPERTORIO - Umbria

AdA associate alla Qualificazione

ADA.22.01.05 (ex ADA.20.35.98) - Promozione di beni e servizi culturali

Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico esperto della valorizzazione e promozione del patrimonio culturale	Campania
Tecnico esperto di marketing dei beni culturali	Campania
Tecnico dell'organizzazione e promozione di eventi culturali e di spettacolo	Lazio
TECNICO DI MARKETING DEI BENI CULTURALI	Lombardia

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell’ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
TECNICO DI PRODUZIONE E MARKETING DI EVENTI CULTURALI, MUSICA E SPETTACOLO	Abruzzo	4	X	X	X	X
Tecnico della valorizzazione e promozione dei beni e delle attività culturali	Basilicata	4	X	X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico esperto di marketing dei beni culturali	Campania	4	X	X	X	X
Esperto dei Cammini e Beni Culturali Ecclesiastici	Campania	4	X	X	X	X
Tecnico esperto della valorizzazione e promozione del patrimonio culturale	Campania	4	X	X	X	X
Tecnico dell'organizzazione e promozione di eventi culturali e di spettacolo	Lazio	4	X	X	X	X
TECNICO DI MARKETING DEI BENI CULTURALI	Lombardia	4	X	X	X	X
Tecnico della fruizione museale	Sardegna	4	X	X	X	X
TECNICO SPECIALIZZATO NELL'ORGANIZZAZIONE E PROMOZIONE DI BENI ED EVENTI CULTURALI E DI SPETTACOLO	Veneto	4	X	X	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Operatore museale multimediale	Basilicata	2		X		X
Progettista di interventi nel settore cultura, arte e spettacolo con finanziamenti pubblici e privati	Umbria	1		X		

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico dell'organizzazione di eventi culturali e dello spettacolo	Umbria	3	X	X		X

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico della preparazione e realizzazione eventi culturali	Sardegna	0				

ADA.22.01.06 (ex ADA.20.35.99) - Progettazione e realizzazione di attività culturali

Tabelle di equivalenza AdA

Curatore di mostre	Campania
TECNICO DELLA VALORIZZAZIONE DEI BENI/PRODOTTI CULTURALI	Emilia-Romagna
CURATORE DI MOSTRE	Lombardia

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell’ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
TECNICO DI PRODUZIONE E MARKETING DI EVENTI CULTURALI, MUSICA E SPETTACOLO	Abruzzo	3	X	X	X
Curatore di mostre	Campania	3	X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
TECNICO DELLA VALORIZZAZIONE DEI BENI/PRODOTTI CULTURALI	Emilia-Romagna	3	X	X	X
ESPERTO IN ORGANIZZAZIONE DI EVENTI E CONGRESSI	Friuli Venezia Giulia	3	X	X	X
CURATORE DI MOSTRE	Lombardia	3	X	X	X
Tecnico della valorizzazione dei beni/prodotti culturali	Molise	3	X	X	X
CURATORE DI MOSTRE	Veneto	3	X	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
PREPARAZIONE DI EVENTI CULTURALI	Friuli Venezia Giulia	2	X		X
Tecnico dell'organizzazione e promozione di eventi culturali e di spettacolo	Lazio	2	X		X
Tecnica/o dell'ordinamento e della conservazione del materiale librario e documentale, della gestione della biblioteca e dell'erogazione dei servizi all'utenza	Toscana	1			X
Tecnico dell'organizzazione di eventi culturali e dello spettacolo	Umbria	2	X	X	

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
REALIZZAZIONE DI EVENTI CULTURALI	Friuli Venezia Giulia	0			
Tecnico della preparazione e realizzazione eventi culturali	Sardegna	0			

ADA.22.02.35 (ex ADA.20.31.87) - Promozione e distribuzione di prodotti di spettacolo

Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico per la promozione eventi e prodotti di spettacolo	Campania
ORGANIZZATORE DELLO SPETTACOLO	Lombardia

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell’ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
TECNICO DI PRODUZIONE E MARKETING DI EVENTI CULTURALI, MUSICA E SPETTACOLO	Abruzzo	4	X	X	X	X
Tecnico per la promozione eventi e prodotti di spettacolo	Basilicata	4	X	X	X	X
ORGANIZZATORE DELLO SPETTACOLO	Lombardia	4	X	X	X	X
TECNICO SPECIALIZZATO NELL'ORGANIZZAZIONE E PROMOZIONE DI BENI ED EVENTI CULTURALI E DI SPETTACOLO	Veneto	4	X	X	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico delle attività di mediazione culturale per la promozione dello spettacolo dal vivo e la formazione di spettatori consapevoli	Calabria	1		X		
Tecnico per la promozione eventi e prodotti di spettacolo	Campania	3	X	X		X
Tecnico delle attività di mediazione culturale per la promozione dello spettacolo dal vivo e la formazione di spettatori consapevoli	Toscana	1		X		
Progettista di interventi nel settore cultura, arte e spettacolo con finanziamenti pubblici e privati	Umbria	2	X			X
Tecnico dell'organizzazione di eventi culturali e dello spettacolo	Umbria	3	X	X		X

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Operatore dello spettacolo	Molise	0				
Tecnico per la organizzazione e la promozione di eventi e prodotti di spettacolo	Sardegna	0				

Competenze

Titolo: Esercitare un'attività lavorativa in forma dipendente o autonoma

Obiettivo: Comprendere e gestire gli aspetti contrattuali e fiscali di una prestazione professionale resa in forma di lavoro dipendente o autonomo.

Attività associate alla Competenza

Titolo: Lavorare in sicurezza

Obiettivo: Identificare i soggetti della sicurezza del sistema aziendale. Rispettare la normativa di riferimento relativa alla sicurezza sul luogo di lavoro.

Attività associate alla Competenza

Titolo: Valutare la qualità del proprio operato nell'ambito dell'erogazione di un servizio

Obiettivo: Valutare la qualità del proprio operato controllando la corretta applicazione della normativa vigente, il rispetto dei requisiti minimi obbligatori e la conformità alle proprie procedure di qualità.

Attività associate alla Competenza

Titolo: Gestire l'attività professionale di tecnico dell'organizzazione di eventi culturali e dello spettacolo

Obiettivo: Assumere ed esercitare un comportamento coerente con le caratteristiche normative ed organizzative del contesto tipico di esercizio dell'attività professionale.

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

CCNL di riferimento, ove applicabili e format tipo di contratto.
Politica ed economia della cultura e dello spettacolo
Principali leggi nazionali e regionali in materia di organizzazione eventi nell'ambito della cultura e dello spettacolo
Principi di programmazione, gestione e controllo di processi di progettazione e di lavoro per commessa: struttura del progetto, individuazione delle fasi e stima delle durate, scheduling delle attività operative
Tipologie e caratteristiche delle professioni del settore “organizzazione eventi” e relativi modelli organizzativi.
Principi e norme di esercizio dell'attività professionale di Tecnico dell'organizzazione di eventi culturali e dello spettacolo
Documenti di programmazione in materia della Regione Umbria

ABILITÀ/CAPACITÀ

Conoscere e comprendere le caratteristiche della prestazione professionale di Tecnico dell'organizzazione di eventi culturali e dello spettacolo conoscere e comprendere le caratteristiche, le peculiarità e la normativa in materia di organizzazione eventi; analizzare e comprendere il settore di riferimento, le sue caratteristiche e le relazioni con altri settori o aree contigue, al fine di operarvi in modo coerente e conforme alle caratteristiche, alla normativa ed agli

orientamenti del mercato.
Definire le condizioni della propria prestazione professionale Negoziare le condizioni della prestazione professionale, a partire dal sistema contrattuale applicabile; stipulare il contratto di prestazione, nel rispetto delle norme civilistiche e fiscali – generali e specifiche – applicabili.
Definire la strategia di mantenimento e sviluppo della propria professionalità Valutare le possibili evoluzioni professionali nell'ambito del settore organizzazione eventi, in rapporto alle caratteristiche dei mercati di sbocco; auto-valutare i propri bisogni di aggiornamento professionale, attraverso monitoraggio sistematico dell'evoluzione dei sistemi normativi volontari e non.

Titolo: Gestire le relazioni e la comunicazione con i collaboratori, i fornitori ed i clienti

Obiettivo: Curare i rapporti con interlocutori interni ed esterni all'organizzazione di riferimento, adottando modalità di interazione diverse a seconda delle diverse tipologie di interlocutore, al fine di raccogliere tutte le informazioni necessarie a comprenderne

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.22.01.05 (ex ADA.20.35.98) - Promozione di beni e servizi culturali associate:

Risultato atteso:RA2: Gestire le relazioni con gli interlocutori di riferimento (privati e pubblici), definendo modalità promozionali, ricercando e concordando patrocini, sostegno finanziario, ecc., concordando anche eventuali aspetti economici e logistici
Attivazione delle relazioni verso l'esterno con gli EE.LL, le istituzioni e i diversi stakeholder

Attivitá dell' AdA ADA.22.02.35 (ex ADA.20.31.87) - Promozione e distribuzione di prodotti di spettacolo associate:

Risultato atteso:RA4: Gestire le relazioni con gli interlocutori di riferimento (privati e pubblici), concordando gli aspetti economici e logistici della distribuzione e le modalità promozionali, di patrocinio, sostegno finanziario, ecc., collaborando con la produzione
Cura delle relazioni con gli EE.LL, le istituzioni e i diversi stakeholder
Gestione della trattativa economica e delle condizioni logistiche e tecniche con gli interlocutori di riferimento

CONOSCENZE

Elementi di psicologia dell'organizzazione e dei processi negoziali.
Elementi di psicologia della comunicazione e della vendita
Elementi di psicologia della comunicazione, in contesti reali e virtuali.
Tecniche di negoziazione, gestione di situazioni potenzialmente conflittuali.
Metodologie e strumenti di facilitazione delle relazioni.
Tecniche di comunicazione: ascolto, restituzione.

ABILITÀ/CAPACITÀ

Gestire le relazioni attraverso l'adozione di comportamenti coerenti con le esigenze di integrazione della propria prestazione professionale nel complessivo processo di lavoro. Definire e porre in atto comportamenti di integrazione rivolti a favorire e valorizzare la propria prestazione professionale.
Comprendere i comportamenti dei diversi attori e le dinamiche relazionali del contesto di lavoro Comprendere i fattori che possono determinare situazioni di potenziale tensione nelle dinamiche relazionali; Comprendere le caratteristiche dei comportamenti attesi dai diversi attori; Individuare le caratteristiche delle dinamiche relazionali ed i segnali di possibile attivazione di conflitti.
Comunicare in maniera efficace con le diverse tipologie di clienti Riconoscere le varie tipologie di interlocutori ed utilizzare codici e modalità di interazione diversi, a seconda delle loro caratteristiche; Fornire informazioni chiare e complete adottando stili di comportamento improntati alla cordialità ed alla cortesia; Adottare un atteggiamento disponibile e tale da favorire la negoziazione; Mantenere, in caso di eventi imprevisti e reclami, un atteggiamento caratterizzato da autocontrollo ed assunzione di responsabilità.

Titolo: Analizzare il mercato e il territorio di riferimento per posizionare l'offerta di eventi nel settore cultura e spettacolo

Obiettivo: Analizzare specifici segmenti del mercato e del territorio allo scopo di posizionare/riposizionare un particolare servizio di organizzazione eventi, con riferimento al settore “cultura e spettacolo”.

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell’ AdA ADA.22.01.05 (ex ADA.20.35.98) - Promozione di beni e servizi culturali associate:

Risultato atteso:RA1: Analizzare il mercato di riferimento, raccogliendo ed elaborando le informazioni circa il contesto al quale è rivolta l'offerta dei beni culturali
Analisi dei fabbisogni e della domanda e offerta di servizi culturali

Attivitá dell' AdA ADA.22.02.35 (ex ADA.20.31.87) - Promozione e distribuzione di prodotti di spettacolo associate:

Risultato atteso:RA2: Analizzare il mercato di riferimento, raccogliendo ed elaborando le informazioni circa il contesto al quale sono rivolti i prodotti di spettacolo
Realizzazione di analisi di mercato

CONOSCENZE

Principali metodologie e tecniche della ricerca e analisi di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti del pubblico/utenza, etc.
Sistema degli eventi (caratteristiche e tipologie) della cultura e dello spettacolo in Italia e in regione Umbria (settore teatrale, concertistico, cinematografico, etc.)
Metodologie e tecniche di elaborazione dei dati raccolti.
Il distretto culturale come sfondo dei sistemi turistici locali. Tipologie dei principali eventi che si svolgono nel territorio di riferimento.
Contesto territoriale, risorse presenti, disponibilità di aree e impianti.
Strumenti di analisi e interpretazione del territorio, delle sue risorse, delle tradizioni.
Strumenti per la formulazione di possibili evoluzioni della situazione socio-economica e culturale del territorio.
Modelli di valutazione impatto economico degli eventi sull'economia urbana.

ABILITÀ/CAPACITÀ

Analizzare il mercato potenziale di riferimento al fine di posizionare il servizio di organizzazione di eventi culturali e dello spettacolo Analizzare il territorio di riferimento in termini socio-economici e culturali; Analizzare le esigenze/aspettative del pubblico/utenza di un ente, una azienda e/o di un organismo pubblico o privato in ambito culturale; Analizzare le caratteristiche salienti delle imprese pubbliche e private del territorio operanti nel settore dell'organizzazione e promozione degli eventi; Analizzare le caratteristiche salienti degli eventi culturali e dello spettacolo promossi sul territorio; Individuare gli ambiti di nicchia e/o di eccellenza del territorio in materia di cultura e spettacolo Interpretare l'immaginario del pubblico internazionale relativamente alla rappresentazione di specifiche aree territoriali; Analizzare l'impatto economico di un possibile evento sull'economia locale urbana; Elaborare i dati raccolti al fine di programmare la propria offerta di eventi

culturali e di spettacolo.

Titolo: Sviluppare l'idea e pianificare l'evento culturale e dello spettacolo

Obiettivo: Sviluppare l'idea dell'evento culturale e dello spettacolo, definendo e pianificando gli elementi fondamentali dello stesso (mission, target, concept, presenze previste, tempi, logistica, etc.), a partire dall'analisi delle esigenze del committente (pubbl

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.22.01.06 (ex ADA.20.35.99) - Progettazione e realizzazione di attività culturali associate:

Risultato atteso:RA1: Definire il progetto culturale e scientifico delle attività culturali, a partire dai temi e contenuti da valorizzare e dall'analisi delle risorse e dei vincoli contestuali
Individuazione di risorse e vincoli
Definizione progetto culturale e scientifico

CONOSCENZE

Analisi delle esigenze del cliente in relazione agli obiettivi da raggiungere.
Principi di trasformazione dei requisiti del cliente in specifiche funzionali e organizzative.
Principi di valutazione costi/benefici.
Contrattualistica sul settore di riferimento (spettacolo e diritti di autore, beni culturali, sport, ecc.).
Rassegna normativa di settore.
Tecniche di pianificazione di un evento in ambito culturale e dello spettacolo
Project Management dell'evento.
Aspetti organizzativi della gestione di eventi nel settore cultura e spettacolo

ABILITÀ/CAPACITÀ

Sviluppare l'idea dell'evento negli ambiti dello spettacolo dal vivo, del cinema e dell'audiovisivo, dei nuovi festival e interventi artistico-culturali in ambiti urbani, a partire dall'analisi del contesto di riferimento e delle esigenze strategiche, commerciali e di comunicazione dei committenti interessati alla realizzazione

dell'evento stesso Comprendere le caratteristiche chiave del contesto in cui si pone lo sviluppo dell'evento. Rilevare l'esigenza artistica, produttiva, di programmazione, di politiche pubbliche da cui scaturisce l'ideazione di un evento. Comprendere i bisogni e la domanda del committente. Definire ed individuare le variabili fondamentali dell'evento (mission, target, concept, presenze previste, tempi, logistica, , etc.). Definire gli obiettivi strategici ed il risultato finale atteso di un evento culturale.
Predisporre il piano strategico e operativo dell'evento, comprensivo della programmazione delle varie fasi del lavoro, fino all'elaborazione e creazione dell'immagine dell'evento Effettuare un'analisi SWOT per delineare opportunità e minacce, punti di forza e debolezza di un evento. Supportare l'analisi di fattibilità, lo sviluppo di alternative e la loro valorizzazione economica. Comprendere i vincoli giuridici di cui tener conto nella definizione dell'evento. Definire le attività che compongono l'evento. Definire le caratteristiche tecniche dell'evento. Definire il calendario dell'evento, verificando eventuali sovrapposizioni o vicinanze con eventi simili. Identificare testimonials, artisti, esperti, relatori, relatori, ecc. Individuare la location idonea, la capienza, le caratteristiche strutturali, ecc. Predisporre il piano logistico e organizzativo. Selezionare i fornitori.

Titolo: Elaborare un piano di marketing e comunicazione dell'evento

Obiettivo: Definire il posizionamento del prodotto/servizio “evento” tenendo conto delle aspettative dell'utenza e del contesto culturale e territoriale di riferimento. Sviluppare il piano di promozione e comunicazione del prodotto/servizio “evento”, completo di obi

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell’ AdA ADA.22.01.05 (ex ADA.20.35.98) - Promozione di beni e servizi culturali associate:

Risultato atteso:RA3: Elaborare un piano di marketing, in relazione alla mission e agli obiettivi stabiliti, definendo politiche di promozione di beni e servizi culturali, nonché gli aspetti e gli strumenti operativi di comunicazione
Cura degli aspetti organizzativi dei servizi e delle attività di promozione
Definizione del piano marketing
Predisposizione di prodotti per la comunicazione e la promozione di beni e servizi culturali
Progettazione dei servizi di promozione dei beni culturali

Attivitá dell' AdA ADA.22.02.35 (ex ADA.20.31.87) - Promozione e distribuzione di prodotti di spettacolo associate:

Risultato atteso:RA3: Elaborare un piano di marketing, a partire dai risultati dell'analisi di mercato, individuando gli strumenti operativi, definendo politiche di prezzo, di distribuzione, di promozione e comunicazione, collaborando con la produzione e la direzione artistica
Definizione del piano marketing
Definizione delle politiche di distribuzione (circuiti, teatri/spazi, rassegne/festival, ecc.)
Definizione delle politiche di prezzo
Definizione delle politiche di promozione e comunicazione (cartaceo, web, video, inviti, presenze ad eventi, ecc.)
Predisposizione di materiali informativi e promozionali

CONOSCENZE

Il Marketing: principi e applicazioni.
La comunicazione istituzionale, corporate identity, logo e immagine coordinata, Brand Book.
Segmentazioni e posizionamenti.
PR (Public Relations).
Direct Management.
Il Marketing Mix; CRM (Customer Relationship Management).
Marketing strategico e marketing operativo.
La comunicazione creativa, la campagna pubblicitaria, la strategia comunicativa, le attività di comunicazione e i materiali di comunicazione.
Il piano di comunicazione, definizione degli obiettivi, definizione dei target, il processo di realizzazione.
Social Media Marketing
Politiche di prezzo
La distribuzione del prodotto/servizio culturale e dello spettacolo

ABILITÀ/CAPACITÀ

Elaborare il piano di marketing strategico Identificare e definire gruppi distinti di clienti/utenti e la relativa "filosofia" di approccio. Selezionare uno o più segmenti cui rivolgere l'offerta Individuare gli aspetti distintivi che permettono alla propria offerta di differenziarsi nell'immaginario dell'utenza rispetto alla concorrenza. Individuare i soggetti e le forze appartenenti al sistema competitivo. Definire la collocazione ottimale del prodotto/servizio culturale e dello spettacolo nel mercato di riferimento. Definire le strategie di promozione di un evento culturale e dello spettacolo
Elaborare il piano di marketing operativo (marketing mix) attraverso l'individuazione della combinazione di variabili (leve decisionali) per

raggiungere gli obiettivi strategici definiti Definire il format e immagine dell'evento; Definire tempi, modalità e strumenti della comunicazione; Sviluppare e gestire attività di web marketing e social media marketing; Definire le politiche di distribuzione (circuiti, teatri/spazi, ecc); Definire politiche di prezzo.

Titolo: Gestire la realizzazione e il follow up dell'evento

Obiettivo: Organizzare e gestire l'evento culturale, artistico e di spettacolo in tutte le sue fasi e monitorare l'andamento delle attività previste.

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.22.01.05 (ex ADA.20.35.98) - Promozione di beni e servizi culturali associate:

Risultato atteso:RA3: Elaborare un piano di marketing, in relazione alla mission e agli obiettivi stabiliti, definendo politiche di promozione di beni e servizi culturali, nonché gli aspetti e gli strumenti operativi di comunicazione
Cura degli aspetti organizzativi dei servizi e delle attività di promozione
Definizione del piano marketing
Predisposizione di prodotti per la comunicazione e la promozione di beni e servizi culturali
Progettazione dei servizi di promozione dei beni culturali

Risultato atteso:RA4: Monitorare il piano di promozione di beni e servizi culturali, controllando l'andamento di tutti i canali di promozione attivati, capitalizzando l'analisi dei risultati e producendo la reportistica
Monitoraggio delle attività di promozione dei beni culturali

Attivitá dell' AdA ADA.22.01.06 (ex ADA.20.35.99) - Progettazione e realizzazione di attività culturali associate:

Risultato atteso:RA2: Realizzare le attività culturali a partire dagli obiettivi definiti redigendone la progettazione esecutiva, curandone gli aspetti amministrativi e organizzativi e monitorando i servizi erogati
Cura degli aspetti amministrativi
Monitoraggio delle attività culturali
Progettazione esecutiva delle attività (risorse umane, vigilanza, sicurezza, trasporto, ecc.)
Realizzazione delle attività culturali

CONOSCENZE

Normativa tecnica e di sicurezza del settore specifico
Contrattualistica del settore
Chiusura del progetto: monitoraggio del budget e della qualità
Strumenti e tecniche di monitoraggio qualitativo e quantitativo dei risultati del progetto (evento)
Tecniche base di time e progect management.
Event management: strumenti e metodi di organizzazione e gestione di un evento.
Ruoli, figure professionali, istituzioni e associazioni, coinvolte nella produzione di un evento culturale e dello spettacolo

ABILITÀ/CAPACITÀ

Coordinare la realizzazione dell'evento, a partire dalla redazione della progettazione esecutiva, curandone gli aspetti gestionali, amministrativi ed organizzativi e monitorando i servizi erogati: - Predisporre il piano di attività dell'evento, definendo il programma, individuando e selezionando le risorse umane, fisiche e finanziarie necessarie; - Curare i rapporti con i fornitori, organizzando gli aspetti logistici e disponendo le forniture necessarie; - Coordinare i lavori di allestimento delle locationsulla base del piano operativo, organizzando le risorse materiali e relazionali; - Contattare testimonial, sponsor, artisti, esperti, relatori e definire le condizioni della loro collaborazione; - Organizzare i servizi necessari allo svolgimento dell'evento.
Valutare i servizi erogati ed effettuare il follow-up dell'evento: - Verificare gli scostamenti tra budget a consuntivo e budget a preventivo. - Utilizzare sistemi di monitoraggio ex post di un evento (affluenze di pubblico, risultati delle indagini diCustomer Satisfaction, rassegna stampa); - Valutare il piano di promozione di beni e servizi culturali, controllando l'andamento di tutti canali di promozione attivati, capitalizzando l'analisi dei risultati e producendo reportistica. - Utilizzare strumenti di comunicazione per fidelizzare chi ha partecipato all'evento

Titolo: Gestire gli aspetti economici e finanziari dell'evento ed effettuare operazioni di Fundraising

Obiettivo: Definire, coerentemente agli obiettivi stabiliti, alla tipologia di evento e alla tempistica, le esigenze economiche e finanziarie dell'evento. Pianificare una strategia di fundraising di un evento, gestendone la realizzazione in autonomia (sponsorizzazio

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.22.02.35 (ex ADA.20.31.87) - Promozione e distribuzione di prodotti di spettacolo associate:

Risultato atteso:RA1: Curare le attività di fund raising, definendo la causa e gli obiettivi strategici, mappando le relazioni, organizzando ed implementando la raccolta di fondi
Attuazione di piani di attività di fund raising

Risultato atteso:RA4: Gestire le relazioni con gli interlocutori di riferimento (privati e pubblici), concordando gli aspetti economici e logistici della distribuzione e le modalità promozionali, di patrocinio, sostegno finanziario, ecc., collaborando con la produzione
Cura delle relazioni con gli EE.LL, le istituzioni e i diversi stakeholder
Gestione della trattativa economica e delle condizioni logistiche e tecniche con gli interlocutori di riferimento

CONOSCENZE

Chiusura del progetto: monitoraggio del budget.
Elementi di progettazione in risposta a bandi di gara.
Soggetti, programmi e politiche a sostegno della cultura, fondi pubblici, nazionali e non, per lo sviluppo del settore culturale, per la realizzazione di eventi, per l'attivazione di partenariati internazionali.
Caratteristiche del sistema del non profit italiano e delle sue tendenze in Italia e all'estero con particolare attenzione alle normative vigenti.
Programmi nazionali e internazionali di fundraising..
Caratteristiche tecniche dei mercati del fundraising. e selezione dei target.
Tecniche di sviluppo di un piano di fundraising.
Concetti chiave e applicazione del fundraising e fundraising relazionale.
Strumenti operativi di valutazione costi/benefici.
Elementi di amministrazione e gestione economica e finanziaria.

ABILITÀ/CAPACITÀ

Gestire gli aspetti economici e finanziari di un evento Gestire e amministrare il budget a disposizione. Effettuare la chiusura amministrativa e la verifica finale del progetto. Realizzare l'analisi dei dati di budget e verificarne la corrispondenza con il budget realizzato in fase di pianificazione.
Definire le esigenze economiche e finanziarie di un evento e individuare le fonti di finanziamento Sviluppare un'analisi di fattibilità economica di un evento.

Individuare i vincoli giuridici cui tener conto nella definizione dell'evento. Definire un piano dei costi e stendere il budget dell'evento. Curare le attività di fundraising, definendo la causa e gli obiettivi strategici, mappando le relazioni, organizzando ed implementando la raccolta di fondi Sviluppare programmi di fidelizzazione e upgrading dei donatori. Individuare possibili bandi e fonti di finanziamento per la realizzazione dell'idea progetto; leggere ed interpretare il bando; strutturare una proposta di massima

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
2.5.3.2.4	Archeologi
2.5.4.5.2	Bibliotecari
2.5.4.5.3	Curatori e conservatori di musei
2.5.4.5.1	Archivisti
2.1.1.4.2	Analisti di sistema
3.4.4.2.1	Tecnici dei musei
3.4.3.2.0	Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
91.01.00	Attività di biblioteche ed archivi
91.02.00	Attività di musei
59.13.00	Attività di distribuzione cinematografica, di video e di programmi televisivi
59.14.00	Attività di proiezione cinematografica

Codice Ateco	Titolo Ateco
90.01.09	Altre rappresentazioni artistiche
90.02.01	Noleggio con operatore di strutture ed attrezzature per manifestazioni e spettacoli
90.04.00	Gestione di teatri, sale da concerto e altre strutture artistiche

Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche - Corso d'Italia, 33 - 00198 Roma - C.F. 80111170587

Copyright 2025 INAPP | All Rights Reserved