

## 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 della valorizzazione e promozione dei beni e delle attività culturali	Basilicata
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

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>	<b>RA3</b>	<b>RA4</b>
Tecnico della valorizzazione e promozione dei beni e delle attività culturali	Basilicata	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 esperto di marketing dei beni culturali	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 dell'organizzazione di eventi culturali e dello spettacolo	Umbria	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

### 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

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>	<b>RA3</b>
Curatore di mostre	Campania	3	X	X	X
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

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>	<b>RA3</b>
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
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	Basilicata
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

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>	<b>RA3</b>	<b>RA4</b>
Tecnico dell'organizzazione di eventi culturali e dello spettacolo	Umbria	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

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>	<b>RA3</b>	<b>RA4</b>
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		

#### 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

### CONOSCENZE

Elementi di diritto del lavoro, con particolare riferimento alle caratteristiche delle più frequenti tipologie di contratto di lavoro dipendente, autonomo e parasubordinato.

Format tipo di contratto.

Principi relativi alla responsabilità civile e penale dei prestatori.

Aspetti contrattualistici, fiscali e previdenziali. Obblighi di tenuta contabile, in ragione delle diverse possibili forme di esercizio.

Elementi di normativa fiscale, con particolare riferimento all'esercizio di lavoro autonomo.

### ABILITÀ/CAPACITÀ

Definire gli aspetti contrattuali della prestazione professionale:- verificare l'applicabilità e la correttezza del contratto di lavoro in rapporto al tipo di prestazione richiesta.

Comprendere gli adempimenti necessari al corretto esercizio di un contratto di lavoro autonomo o parasubordinato:- gestire le procedure necessarie all'avvio di un'attività professionale autonoma o parasubordinata- gestire gli adempimenti fiscali e previdenziali obbligatori per l'esercizio dell'attività in oggetto.

### 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

### CONOSCENZE

Normative vigenti in materia di sicurezza, prevenzione infortuni, prevenzione incendi e igiene del lavoro, urbanistica, anche con riferimento agli obblighi previsti dal T.U.81/08. Fattori di rischio professionale ed ambientale e successive disposizioni integrative e correttive.

### ABILITÀ/CAPACITÀ

Prevenire e ridurre il rischio professionale, ambientale e del beneficiario  
Adottare stili e comportamenti per salvaguardare la propria salute e sicurezza e per evitare incidenti, infortuni e malattie professionali; Adottare comportamenti per la prevenzione del rischio elettrico; Adottare comportamenti per la prevenzione del rischio derivato dall'utilizzo di oggetti taglienti; Adottare comportamenti per la prevenzione degli incendi.



**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

#### CONOSCENZE

Modalità operative di valutazione della qualità di un servizio.  
Aspetti di gestione della qualità di un processo di erogazione di servizi.  
Concetti di qualità promessa, erogata, attesa e percepita.

#### ABILITÀ/CAPACITÀ

Valutare la qualità del servizio erogato Comprendere e applicare le procedure di qualità interne all'azienda; Percepire il grado di soddisfazione del cliente interno/esterno; Individuare le criticità e proporre interventi di miglioramento.

**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

Attività 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

Identificazione e attivazione delle relazioni verso l'esterno con gli EE.LL, le istituzioni e i diversi stakeholder

Attività 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

Attività 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 e studio dei fabbisogni e della domanda e offerta di servizi culturali

Attività 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

Attività 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

Attività 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

Attività 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

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 obiettivi**

Attività associate alla Competenza

Attività 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 e studio dei fabbisogni e della domanda e offerta di servizi culturali

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

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

Risultato atteso:RA3: Curare la promozione e la comunicazione degli eventi culturali, elaborando strumenti di supporto alla fruizione

Promozione e comunicazione dell'evento con attività e strumenti specifici

Elaborazione e pubblicazione di strumenti di ricerca e di supporto alla fruizione

Attività 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

Attività 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 e valutazione delle attività di promozione dei beni culturali

Attività 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 e valutazione delle attività culturali  
Progettazione esecutiva delle attività (risorse umane, vigilanza, sicurezza, trasporto, ecc.)

Realizzazione delle attività culturali

Attività 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

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 project 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

Attività 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 e valutazione delle attività culturali

Progettazione esecutiva delle attività (risorse umane, vigilanza, sicurezza, trasporto, ecc.)

Realizzazione delle attività culturali

Attività 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 CP2011 associati

<b>Codice</b>	<b>Titolo</b>
3.4.3.2.0	Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale
2.5.4.5.3	Curatori e conservatori di musei
3.4.4.2.1	Tecnici dei musei

#### Codici ISTAT ATECO associati

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

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

Copyright 2019 INAPP | All Rights Reserved