REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

STANDARD FORMATIVO	
Denominazione Qualificazione	**Tecnico per la promozione eventi e prodotti di spettacolo**
Denominazione Standard Formativo	**Tecnico per la promozione eventi e prodotti di spettacolo**
Durata percorso Formativo	1 anni
Livello EQF	5
Settore Economico Professionale	SEP 22 - Servizi culturali e di spettacolo
Area di Attività	ADA.22.02.35 - Promozione e distribuzione di prodotti di spettacolo
Processo	Produzione audiovisiva e dello spettacolo dal vivo
Sequenza di processo	Organizzazione della distribuzione del prodotto audiovisivo e dello spettacolo dal vivo
Qualificazione regionale di riferimento	Tecnico per la promozione eventi e prodotti di spettacolo
Descrizione qualificazione	Il Tecnico per la promozione eventi e prodotti di spettacolo si occupa di realizzare analisi del mercato e dei fattori in grado di influenzare il comportamento d'acquisto del consumatore, funzionali alla definizione delle politiche di distribuzione, promozione e comunicazione; cura le relazioni verso l'esterno con gli EE.LL, le istituzioni e i diversi stakeholder ed i contatti con i media secondo le indicazioni del piano di marketing, svolge attività di fund raising, partecipa alle attività di promozione e vendita sul territorio. Opera come lavoratore autonomo con contratti di collaborazione, più raramente con contratto di lavoro dipendente, prevalentemente nell'area marketing presso aziende televisive, case di produzione cinematografiche, produzioni teatrali, musicali ed operistiche sotto la direzione di figure responsabili di marketing o di responsabili e proprietari delle strutture stesse con un'autonomia decisionale strettamente legata alle sue aree di competenza. Verso l'esterno, ha relazioni con media, EELL, istituzioni e stakeholder vari.
Referenziazione ATECO 2007	J.59.12.00 - Attività di post-produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi J.59.13.00 - Attività di distribuzione cinematografica, di video e di programmi televisivi J.59.14.00 - Attività di proiezione cinematografica R.90.01.09 - Altre rappresentazioni artistiche R.90.02.09 - Altre attività di supporto alle rappresentazioni artistiche R.90.04.00 - Gestione di teatri, sale da concerto e altre strutture artistiche
Referenziazione ISTAT CP2011	3.3.3.6.1 - Tecnici della pubblicità 3.4.3.2.0 - Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale
Codice ISCED-F 2013	0414 Marketing and advertising
Ulteriori indicazioni per l'e-learning	Esclusivamente per i Soggetti specificamente accreditati per la FAD, la stessa è consentita secondo quanto previsto all'art. 8, comma 2, della D.G.R. n. 294/2018.
Durata minima complessiva del percorso (ore)	500
Durata minima di aula (ore)	240
Durata minima laboratorio (ore)	60
Durata delle attività formative rivolte alle KC (ore)	50
Percentuale durata massima e-learning sincrona in rapporto alla durata d'aula	0

Percentuale durata massima e-learning asincrona in rapporto alla durata d’aula	0
Durata minima tirocinio curriculare ore	200
Durata minima tirocinio curriculare + Laboratorio (ore)	260
Requisiti minimi di ingresso dei partecipanti	Possesso di titolo di studio / qualifica professionale attestante il raggiungimento di un livello di apprendimento pari almeno a EQF 4, acquisito nell'ambito degli ordinamenti di istruzione o nella formazione professionale, fatto salvo quanto disposto alla voce ""Gestione dei crediti formativi"". Per quanto riguarda coloro che hanno conseguito un titolo di studio all’estero occorre presentare una dichiarazione di valore o un documento equipollente/corrispondente che attesti il livello del titolo medesimo. Per i cittadini stranieri è inoltre necessario il possesso di un attestato, riconosciuto a livello nazionale e internazionale, di conoscenza della lingua italiana ad un livello non inferiore al B1 del QCER. In alternativa, tale conoscenza deve essere verificata attraverso un test di ingresso da conservare agli atti del soggetto formatore. Sono dispensati dalla presentazione dell’attestato i cittadini stranieri che abbiano conseguito il diploma di scuola secondaria superiore presso un istituto scolastico appartenente al sistema italiano di istruzione. Tutti i requisiti devono essere posseduti e documentati dal corsista al soggetto formatore entro l'inizio delle attività. Non è ammessa alcuna deroga.
Requisiti minimi didattici comuni a tutte le UF/Moduli	Formazione d'aula specifica e formazione tecnica mediante attività pratiche/ laboratoriali.
Requisiti minimi di risorse professionali	Docenti qualificati, provenienti per almeno il 50% dal mondo del lavoro. I docenti devono possedere un titolo di studio adeguato all’attività formativa da realizzare e una documentata esperienza professionale e/o di insegnamento, almeno triennale, nel settore di riferimento. Per i docenti impegnati unicamente in attività formative di natura pratica/laboratoriale, i predetti requisiti si riducono al possesso della sola documentata esperienza professionale e/o di insegnamento almeno triennale strettamente attinente all’attività formativa da realizzare. I tutor di stage / tirocinio devono possedere titolo di studio adeguato all’attività formativa da realizzare e, nello specifico, una documentata esperienza professionale almeno triennale nel settore di riferimento.
Requisiti minimi di risorse strumentali	È necessario disporre di aule e/o laboratori congruamente attrezzati.
Requisiti minimi di valutazione degli apprendimenti	1. Prevedere verifiche periodiche di apprendimento a conclusione di ogni UF. 2. Condizione minima di ammissione all'esame finale è la frequenza di almeno l'80% delle ore complessive del percorso formativo. 3. Esame finale pubblico in conformità alle disposizioni regionali vigenti. La valutazione finale ha lo scopo di verificare l'acquisizione delle competenze previste dal corso. 4. Certificazione rilasciata al termine del percorso: "Certificazione di qualifica professionale" per "Tecnico per la promozione eventi e prodotti di spettacolo".
Percentuale Assenza massima consentita	20
Percentuale Termine ultimo di inserimento (TUI)	20
Attestazione in esito	Certificazione di qualifica professionale
Normativa di riferimento	
Grado minimo d'istruzione previsto	-
Età minima prevista in ingresso	-
Gestione dei crediti formativi	È ammesso il riconoscimento dei crediti formativi (di ammissione e di frequenza) in conformità alle disposizioni previste dalla normativa regionale vigente, salvo quanto altrimenti disposto.
Eventuali ulteriori indicazioni	

Composizione Standard Formativo	Unità Formative

ELENCO DELLE UNITA' FORMATIVE

1 - Analisi del mercato degli eventi/prodotti di spettacolo
2 - Definizione del piano di promozione e distribuzione dell'evento/prodotto spettacolo
3 - Gestione delle attività di comunicazione e promozione dell'evento/prodotto spettacolo

CORSI ANNUALITÀ		
Anno	**Ore**	**Esame Intermedio**
1° Anno	**500**	**No**

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.1	
Denominazione unità formativa	**Analisi del mercato degli eventi/prodotti di spettacolo**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Analisi del mercato degli eventi/prodotti di spettacolo (12)
Descrizione della performance da osservare	Mercato analizzato per consentire un efficace posizionamento del prodotto
Descrizione breve	
Abilità	1. Applicare metodi e tecniche di ricerca ed analisi dei dati relativi al mercato obiettivo (vendite, prezzi, canali di distribuzione, qualità dei prodotti, ecc.) 2. Individuare e valutare le opportunità e le minacce presenti nel mercato obiettivo 3. Individuare il posizionamento dell'evento/prodotto spettacolo che si vuole promuovere all'interno del mercato di riferimento 4. Individuare e valutare i punti di forza e di debolezza dell'evento/prodotto di spettacolo 5. Individuare bisogni e desideri dei consumatori attuali e potenziali relativi al consumo/fruizione di eventi e prodotti di spettacolo 6. Interpretare dati e trend di sviluppo del settore dei servizi culturali e di spettacolo 7. Analizzare concorrenza, potenziali competitor e sistema di offerta in relazione all'evento/prodotto di spettacolo da realizzare e promuovere
Conoscenze	1. Componenti fondamentali nell'analisi del comportamento di acquisto di un evento/prodotto spettacolo 2. Elementi di base della normativa regionale, nazionale ed internazionale di settore 3. Metodologie di ricerca ed analisi dei dati 4. Tipologie e caratteristiche degli spettacoli dal vivo (prodotto teatrale, musicale, danza, performing arts, ecc.) 5. Dinamiche e caratteristiche del settore culturale 6. Marketing dello spettacolo 7. Elementi di marketing operativo e strategico 8. Modelli e strumenti di analisi della concorrenza
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.2	
Denominazione unità formativa	**Definizione del piano di promozione e distribuzione dell'evento/prodotto spettacolo**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Definizione del piano di promozione e distribuzione dell'evento/prodotto spettacolo (251)
Descrizione della performance da osservare	Piano di promozione e distribuzione adeguato alle caratteristiche dell'evento/prodotto spettacolo
Descrizione breve	
Abilità	1. Pianificare le attività di promozione in funzione degli obiettivi di marketing (acquisizione, fidelizzazione, penetrazione..) 2. Individuare il contenuto e lo stile del messaggio in funzione del target di pubblico che si desidera raggiungere 3. Applicare tecniche di gestione del budget 4. Gestire le relazioni con la produzione e la direzione artistica 5. Individuare i canali di distribuzione dell'evento/prodotto spettacolo (circuiti, teatri/spazi, rassegne/festival, ecc.) in funzione della strategia di marketing 6. Definire gli strumenti di promozione e comunicazione dell'evento/prodotto spettacolo (cartaceo, web, video, inviti, presenze ad eventi, ecc.) in funzione della strategia di marketing 7. Identificare i soggetti istituzionali e i diversi stakeholder (pubblici e privati) da coinvolgere nella promozione dell'evento/prodotto spettacolo
Conoscenze	1. Aspetti economici e organizzativi relativi al settore dello spettacolo 2. Elementi di base della normativa regionale, nazionale ed internazionale di settore 3. Strategie di comunicazione del prodotto spettacolo 4. Tecniche per la determinazione dei canali di distribuzione dei prodotti di spettacolo 5. Tipologie e caratteristiche degli spettacoli dal vivo (prodotto teatrale, musicale, danza, performing arts, ecc.) 6. Strumenti e tecniche di gestione di un budget 7. Tecniche e strumenti di pianificazione delle attività 8. Marketing dello spettacolo
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.3	
Denominazione unità formativa	**Gestione delle attività di comunicazione e promozione dell'evento/prodotto spettacolo**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Gestione delle attività di comunicazione e promozione dell'evento/prodotto spettacolo (384)
Descrizione della performance da osservare	Attività di comunicazione e promozione capillare ed efficace
Descrizione breve	
Abilità	1. Contattare i media che si vogliono utilizzare sulla base delle indicazioni presenti nel piano di comunicazione 2. Coordinare la realizzazione di prodotti grafici e di comunicazione visiva (materiali video, digitali e a stampa) 3. Curare le relazioni con enti locali, stampa, istituzioni governative, scuole, associazioni culturali e non per promuovere l'evento spettacolo e per la raccolta di fondi (fund raising) 4. Effettuare attività di promozione sul territorio (concessioni sconti, campagne abbonamenti, operazioni a premio, distribuzione di gadget, ecc.) 5. Utilizzare leve e mezzi di comunicazione interpersonale per informare potenziali clienti e promuovere l'acquisto 6. Utilizzare tecniche e strumenti di comunicazione on line e social media marketing per la promozione dell'evento/prodotto spettacolo
Conoscenze	1. Aspetti economici e organizzativi relativi al settore dello spettacolo 2. Elementi di base della normativa regionale, nazionale ed internazionale di settore 3. Strategie di comunicazione del prodotto spettacolo 4. Tecniche di fund raising per le imprese di spettacolo 5. Tipologie e caratteristiche degli spettacoli dal vivo (prodotto teatrale, musicale, danza, performing arts, ecc.) 6. Marketing dello spettacolo 7. Elementi di comunicazione on line e social media marketing per la promozione dell'evento/prodotto spettacolo
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	