REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

QUALIFICAZIONE PROFESSIONALE	
Denominazione qualificazione	**Tecnico esperto di marketing dei beni culturali**
Livello EQF	5
Settore Economico Professionale	SEP 22 - Servizi culturali e di spettacolo
Area di Attività	ADA.22.01.05 - Promozione di beni e servizi culturali
Processo	Tutela, valorizzazione, conservazione e gestione dei beni culturali
Sequenza di processo	Valorizzazione e promozione dei beni culturali
Descrizione sintetica della qualificazione	Il tecnico esperto di marketing dei beni culturali promuove e diffonde la conoscenza del patrimonio culturale ad un pubblico diversificato e individuato in coerenza con le strategie degli enti/organizzazioni con cui collabora. Definisce ed attua il piano di marketing culturale a partire dall'analisi e valutazione del mercato di riferimento e avendo cura di coinvolgere i diversi stakeholder, pubblici e privati; elabora la strategia comunicativa/pubblicitaria più adeguata rispetto alla tipologia di "prodotto culturale" da promuovere.
Referenziazione ATECO 2007	M.73.11.01 - Ideazione di campagne pubblicitarie M.73.11.02 - Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari R.91.01.00 - Attività di biblioteche ed archivi R.91.02.00 - Attività di musei R.91.03.00 - Gestione di luoghi e monumenti storici e attrazioni simili R.91.04.00 - Attività degli orti botanici, dei giardini zoologici e delle riserve naturali
Referenziazione ISTAT CP2011	3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing

ELENCO DELLE UNITA' DI COMPETENZA

1. Analisi del mercato dei beni culturali (105)
2. Definizione ed attuazione del piano di marketing dei beni culturali (139)
3. Monitoraggio e valutazione del piano di marketing dei beni culturali (332)
4. Selezione ed adozione di una strategia comunicativo/pubblicitaria (376)

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.1	
Denominazione unità di competenza	**Analisi del mercato dei beni culturali**
Livello EQF	5
Descrizione della performance da osservare	mercato obiettivo analizzato e valutato
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 i punti di forza e di debolezza aziendali 3. Individuare e valutare le opportunità e le minacce presenti nel mercato obiettivo 4. Individuare bisogni e desideri dei consumatori attuali e potenziali 5. Interpretare dati e trend di sviluppo del settore culturale e creativo
Conoscenze	1. Elementi di marketing operativo 2. Elementi di marketing strategico 3. Marketing culturale 4. Metodologie di ricerca ed analisi dei dati 5. Dinamiche e caratteristiche del settore culturale 6. Tecniche di analisi dei bisogni dei potenziali fruitori del prodotto culturale
Referenziazione ISTAT CP2011	2.1.1.3.2 - Statistici 2.5.1.5.2 - Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) 3.1.1.3.0 - Tecnici statistici 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing
Risultati attesi	
Attività	

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.2	
Denominazione unità di competenza	**Definizione ed attuazione del piano di marketing dei beni culturali**
Livello EQF	5
Descrizione della performance da osservare	piano di marketing culturale correttamente sviluppato
Descrizione breve	
Abilità	1. Applicare tecniche di segmentazione del mercato culturale e creativo 2. Identificare l'area strategica di affari in cui operare concentrando le risorse aziendali (macrosegmentazione) 3. Utilizzare strumenti di customer relationship management (crm) 4. Individuare le caratteristiche dei profili dei diversi segmenti di consumatori individuati 5. Selezionare i segmenti obiettivo cui rivolgere l'offerta (targeting) in funzione della strategia di segmentazione prescelta (differenziata, concentrata e indifferenziata) 6. Identificare e attivare i soggetti istituzionali e i diversi stakeholder (pubblici e privati), da coinvolgere nella promozione del prodotto culturale
Conoscenze	1. Elementi di marketing operativo 2. Elementi di marketing strategico 3. Marketing culturale 4. Dinamiche e caratteristiche del settore culturale 5. Software applicativi per il marketing dei beni culturali 6. Strategie di posizionamento del prodotto culturale 7. Tecniche e strumenti di gestione delle relazioni con gli stakeholder 8. Crm: definizione e principali strumenti
Referenziazione ISTAT CP2011	2.5.1.5.2 - Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing
Risultati attesi	
Attività	

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.3	
Denominazione unità di competenza	**Monitoraggio e valutazione del piano di marketing dei beni culturali**
Livello EQF	5
Descrizione della performance da osservare	monitoraggio e valutazione del piano di marketing culturale correttamente eseguiti e utilizzati ai fini del miglioramento dei risultati ottenuti e del raggiungimento degli obiettivi
Descrizione breve	
Abilità	1. Definire procedure e strumenti per il monitoraggio e la valutazione del piano di marketing 2. Interpretare i risultati delle attività di monitoraggio e valutazione 3. Individuare ed attuare azioni correttive dei gap di progetto rilevati 4. Predisporre report di monitoraggio e valutazione del piano di marketing 5. Elaborare la reportistica di monitoraggio e valutazione 6. Curare la comunicazione interna ed esterna dei risultati della valutazione 7. Utilizzare software applicativi per il monitoraggio e la valutazione
Conoscenze	1. Strumenti e tecniche per la produzione di reportistica 2. Tecniche e strumenti di monitoraggio del piano di marketing 3. Metodi e tecniche di valutazione del piano di marketing 4. Metodi e tecniche di project management 5. Fondamenti di comunicazione istituzionale 6. Software per il monitoraggio e la valutazione
Referenziazione ISTAT CP2011	2.5.1.5.2 - Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) 2.5.1.5.4 - Analisti di mercato 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing
Risultati attesi	
Attività	

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.4	
Denominazione unità di competenza	**Selezione ed adozione di una strategia comunicativo/pubblicitaria**
Livello EQF	4
Descrizione della performance da osservare	fabbisogno informativo analizzato e strategia comunicativo/pubblicitaria individuata ed implementata
Descrizione breve	
Abilità	1. Applicare criteri di analisi e selezione dei mezzi di informazione e divulgazione ritenuti più idonei in funzione degli obiettivi e del budget a disposizione 2. Identificare il fabbisogno informativo e tradurlo in obiettivi dell'azione di comunicazione e pubblicità 3. Individuare il contenuto e lo stile del messaggio in funzione del target di pubblico che si desidera raggiungere 4. Organizzare e coordinare l'attività di distribuzione di materiale a carattere informativo/promozionale sia in formato cartaceo (volantini, brochure, ecc.) che elettronico (e-mail, social network, ecc.); 5. Utilizzare i principali strumenti informatici per la composizione di testi e la lavorazione delle immagini 6. Applicare tecniche di comunicazione multimediale e social media marketing
Conoscenze	1. Elementi di budgeting 2. Tecniche e strumenti di fidelizzazione del cliente 3. Elementi di comunicazione efficace scritta e orale 4. Principali strumenti informatici per lo scambio e la divulgazione delle informazioni 5. Tecniche e strumenti informatici per l'elaborazione di immagini e testi 6. Comunicazione multimediale e social media marketing 7. Strumenti di social media
Referenziazione ISTAT CP2011	2.5.1.6.0 - Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing 3.3.3.6.1 - Tecnici della pubblicità 3.3.3.6.2 - Tecnici delle pubbliche relazioni
Risultati attesi	
Attività	