



## TECNICO ESPERTO IN COMUNICAZIONE CULTURALE - Percorso formativo riservato al canale universitario

Settore ISFOL: 27 - BENI CULTURALI  
SubSettore ISFOL: 2702 - Varie beni culturali  
Codice Profilo: 2702028

### Descrizione

E' una professionalità che opera nel settore delle attività ricreative, culturali e sportive. Ha competenze funzionali alla valorizzazione dei beni e degli eventi culturali finalizzate a migliorarne la destinazione d'uso. Elabora piani e campagne di comunicazione e marketing, progetta e gestisce i rapporti con i media e con la stampa, promuove iniziative editoriali per tipologie diversificate di old e new media.

### Codice ISFOL (comparto)

2702 - Varie beni culturali

### Codice ATECO

O92 - ATTIVITÀ RICREATIVE, CULTURALI E SPORTIVE

**Tipologia:** Modulo Professionalizzante

**Livello europeo qualifica:** IV.c

### Riferimenti normativi

### Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (BASE)

	obiettivi competenze	aree di sapere
1	Essere in grado di comunicare oralmente e per iscritto e di redarre testi chiari ed articolati in lingua inglese.	La lingua inglese (livello ALTE B2), con particolare attenzione al linguaggio specialistico del settore.
2	Essere in grado di utilizzare strumenti informatici e telematici.	Contenuti: conoscenza ed utilizzo del pacchetto office, internet, posta elettronica e dei principali sistemi informatici per la produzione di materiali cartacei divulgativi (depliant, brochure, manifesti, ecc.).

### Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (TECNICO-PROFESSIONALI )

	obiettivi competenze	aree di sapere
1	Essere in grado di analizzare i processi comunicativi.	L'approccio sociologico alla comunicazione, la relazione sociale, l'intersoggettività, la costruzione delle identità individuali e collettive, la comunicazione interpersonale, di massa e multimediale.

2	Essere in grado di individuare, descrivere, contestualizzare e valorizzare i beni culturali.	La normativa sui beni culturali: norme nazionali, comunitarie, internazionali, i soggetti istituzionali pubblici e privati; il patrimonio culturale: tipologie e collocazioni, progettazione e comunicazione di itinerari culturali.
3	Essere in grado di analizzare gli elementi costitutivi, i processi e le strategie di comunicazione nell'impresa moderna.	La comunicazione aziendale istituzionale e commerciale, la comunicazione dell'immagine aziendale: strumenti e tecniche. Il piano di comunicazione: budget, obiettivi, i mezzi, la costruzione dei messaggi, i risultati.
4	Essere in grado di utilizzare strumenti promozionali.	Fondamenti di marketing, marketing strategico e operativo, marketing mix. I nuovi approcci al marketing : relazionale, CRM, tribale, esperienziale.
5	Essere in grado di comprendere le trasformazioni che hanno determinato nuovi bisogni di conoscenze ed informazioni.	Il ruolo della comunicazione pubblica nel processo di ammodernamento e innovazione delle istituzioni, strategie e piani di comunicazione pubblica.
6	Essere in grado di utilizzare gli strumenti base del giornalismo d'attualità.	Tecniche di scrittura e di creatività. La ricerca e la verifica delle fonti. L'intervista, l'inchiesta, il dossier. La testata come progetto, la pagina come progetto. Titolo, didascalia, impaginazione.
7	Essere in grado di comprendere ed utilizzare le fondamentali tipologie di linguaggio.	L'uso dei linguaggi basici della comunicazione contemporanea: la parola scritta, la parola parlata in pubblico, la parola gestita via Internet, la parola nella lingua veicolare in uso nelle relazioni interculturali internazionali.
8	Essere in grado di padroneggiare i principi fondamentali di gestione museale.	Elementi di museologia e museografia. Analisi di musei e gallerie. Sistemi di protezione e sicurezza. Ordinamento e catalogazione delle raccolte. Elementi di legislazione.

### Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (TRASVERSALI)

	<b>obiettivi competenze</b>	<b>aree di sapere</b>
1	Essere in grado di relazionarsi e attivare strategie di comunicazione efficace.	Comunicazione verbale e non verbale, processi e terminologie della comunicazione, codici e canali di comunicazione, stili e ruoli comunicativi, strategie comunicative e feedback.
2	Essere in grado di utilizzare la comunicazione come fattore di vantaggio competitivo.	Comunicazione di marketing, comunicazione e progettazione culturale, sociologia della comunicazione pubblica. La comunicazione efficace e persuasiva, la customer satisfaction: elementi base, la comunicazione come qualità intrinseca del prodotto culturale.

**Durata minima (ore): 561**

**Requisiti di ingresso**

	Titoli di istruzione	Qualifiche professionali conseguite mediante percorso/i formativo/i	Eventuali altri requisiti aggiuntivi rispetto ai titoli di studio/formazione
a)	ISTRUZIONE SECONDO CICLO: (titolo attestante il compimento del percorso relativo al secondo ciclo dell'istruzione (sistema dei licei o sistema dell'istruzione e formazione professionale))		ISCRIZIONE UNIVERSITA' DEGLI STUDI: iscrizione al corso di laurea di 1° livello in Media e Giornalismo.

**Sbocchi occupazionali**

\*Musei civici, scientifici, storici e d'arte sacra. Amministrazioni provinciali e comunali, Comunità montane, Camere di Commercio, società e associazioni operanti per la valorizzazione del territorio ed erogatrici di servizi culturali.

**Professionalità docente**

\*Docenti ed esperti del settore.

**Attrezzature e sussidi didattici**

**Note**

\*Il profilo si inserisce all'interno di un Modulo Professionalizzante che rilascia 57 Crediti Formativi Universitari (C.F.U.). Sono previste 816 ore di autoformazione.