

TECNICO DELLA VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI ECCLESIASTICI	
Descrizione del profilo professionale	Il Tecnico della valorizzazione dei beni culturali ecclesiastici analizza in ottica strategica le risorse ed i processi presenti in un territorio, progettando e realizzando le attività di valorizzazione e promozione specifica, in modo sinergico ed integrato con i sistemi turistico e culturale ed i diversi soggetti dello sviluppo locale.
Settore Economico-Professionale	SETTORE 22 - Servizi culturali e di spettacolo
ADA	ADA.22.01.04 - Valorizzazione del patrimonio culturale ADA.22.01.05 - Promozione di beni e servizi culturali
Gruppo/i di correlazione	
Livello EQF	5
Codice univoco ISTAT CP2021	2.5.4.5.3 - Curatori e conservatori di musei
Referenziazione ATECO 2007	91.01.00 - Attività di biblioteche ed archivi 91.02.00 - Attività di musei
Unità di Competenza costituenti il profilo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analizzare i beni culturali ecclesiastici in rapporto al loro contesto 2. Progettare le attività di valorizzazione e promozione dei beni culturali ecclesiastici 3. Realizzare le attività di promozione e valorizzazione dei beni culturali ecclesiastici 4. Monitorare e valutare le attività di promozione e valorizzazione dei beni culturali ecclesiastici
Analizzare i beni culturali ecclesiastici in rapporto al loro contesto	
Risultato atteso	Individuare ed analizzare il patrimonio culturale ecclesiastico del territorio, relativamente alle sue caratteristiche storico-artistiche, culturali e culturali, individuandone il valore potenziale, i possibili portatori di interesse e le tipologie di potenziali fruitori, anche in relazione ad altre tipologie di beni ed alle risorse turistiche.
EQF	5
Conoscenze	<ul style="list-style-type: none"> - Tipologie di beni culturali ecclesiastici - Elementi di storia dell'arte, geografia, storia ed archeologia per l'inquadramento dei contesti in cui si collocano i beni culturali ecclesiastici ed il turismo religioso - Elementi di storia dell'arte e storia dei beni culturali ecclesiastici - Elementi di sociologia culturale nella fruizione dei beni culturali ecclesiastici e del turismo religioso - Normativa vigente in materia di turismo: attori, ruoli, competenze di promozione, programmazione, gestione dell'offerta ed erogazione dei servizi - Normativa vigente in materia di beni culturali e loro fruizione - Normativa vigente in materia di beni culturali ecclesiastici - Struttura e processi di fruizione turistica del territorio in cui si collocano beni i culturali ecclesiastici - Processi e dinamiche di fruizione dei beni culturali ecclesiastici e del turismo religioso: attori, caratteristiche e tendenze - Metodologie e tecniche di analisi del contesto dei beni culturali ecclesiastici - Struttura e organizzazione degli uffici competenti per i beni culturali ecclesiastici - Struttura e organizzazione del patrimonio culturale ecclesiastico - Tecniche per la creazione e l'utilizzo di banche dati statistiche
Abilità	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare gli elementi e gli attori del sistema dei beni culturali ecclesiastici inquadrando nel più ampio contesto territoriale - Utilizzare metodologie e tecniche di consultazione di fonti, repertori e banche dati relative al sistema culturale/territoriale di riferimento - Realizzare attività di studio e di analisi della domanda e dell'offerta di fruizione dei beni e delle attività culturali ecclesiastici

	<ul style="list-style-type: none"> - Raccogliere ed analizzare i dati a livello territoriale - Leggere ed interpretare il fabbisogno/esigenze d'uso/di fruizione del patrimonio culturale ecclesiastico in ragione delle caratteristiche sociali e territoriali del contesto - Identificare le criticità del sistema e degli eventi e le soluzioni tecniche adattive/migliorative - Collaborare ad attività di ricerca o studio promosse da enti, quali i musei, finalizzate alla valorizzazione del patrimonio culturale ecclesiastico - Rilevare le interdipendenze tra il settore culturale ecclesiastico ed il settore turistico - Realizzare attività di studio e di analisi della domanda e dell'offerta reale e potenziale del turismo religioso
Indicatori di valutazione	Per tipologie di beni culturali ecclesiastici, contesti territoriali e dinamiche turistiche, generali ed a carattere religioso, dato un set di informazioni, impostare l'analisi del potenziale di fruizione, individuando possibili tipologie di domanda/offerta, interdipendenze e criticità.
Soglia minima di prestazione	Per almeno due tipologie di beni culturali ecclesiastici e un contesto territoriale caratterizzato in termini di dinamiche turistiche, per un set di informazioni dato, motivata impostazione dell'analisi del potenziale di fruizione, individuando motivatamente tipologie di domanda/offerta, interdipendenze e criticità.
Progettare le attività di valorizzazione e promozione dei beni culturali ecclesiastici	
Risultato atteso	Sulla base dell'analisi del patrimonio di beni culturali ecclesiastici e dei relativi contesti, elaborare un piano di loro valorizzazione, in termini di mission, obiettivi, politiche di promozione, aspetti chiave e strumenti operativi di comunicazione, in coerenza con la normativa applicabile.
EQF	5
Conoscenze	<ul style="list-style-type: none"> - Tipologie di beni culturali ecclesiastici - Principi di strategia di valorizzazione e promozione di beni culturali - Normativa vigente in materia di turismo: attori, ruoli, competenze di promozione, programmazione, gestione dell'offerta ed erogazione dei servizi - Normativa vigente in materia di beni culturali e loro fruizione - Normativa vigente in materia di beni culturali ecclesiastici - Struttura e processi di fruizione turistica del territorio in cui si collocano beni i culturali ecclesiastici - Elementi di marketing turistico e culturale - Elementi di gestione economico-finanziaria - Principi e tecniche di finanza innovativa (fundraising, donazioni, sponsorship, etc) - Tecniche e strumenti delle relazioni pubbliche - Tecniche di progettazione e pianificazioni eventi marketing dei beni culturali ecclesiastici - Strategie e tecniche di creazione e gestione reti - Metodologie e strumenti per l'elaborazione e la gestione di progetti - Tecniche e strumenti di pianificazione e organizzazione del lavoro - Tecniche e strumenti di digital marketing e web marketing culturale
Abilità	<ul style="list-style-type: none"> - Definire strategie di valorizzazione e promozione di beni culturali ecclesiastici, nell'ambito dei sistemi territoriali di offerta culturale e turistica - Valutare i vincoli e le opportunità della legislazione esistente nell'ambito dei sistemi turistico, culturale e dei beni ecclesiastici - Identificare strategie comunicative per la promozione di eventi culturali - Realizzare attività di ricerca di finanziamenti pubblici e privati, sponsorizzazioni ed erogazioni liberali (fundraising) - Definire le risorse necessarie all'attivazione di interventi per la valorizzazione

	<p>culturale e turistica dei beni ecclesiastici del territorio</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supportare il processo di creazione di reti di attori pubblici e privati - Utilizzare tecniche di project management - Utilizzare tecniche e strumenti di progettazione eventi - Sviluppare progetti di valorizzazione indicando temi, contenuti, modalità e attività da svolgere (mostre, eventi, laboratori, visite guidate, ecc.) - Identificare e attivare gli attori (istituzioni, enti, professionisti, etc.) da coinvolgere sui temi riguardanti il progetto culturale - Elaborare un piano di marketing, in relazione alla mission e agli obiettivi promozionali stabiliti - Utilizzare tecniche e strumenti di digital marketing e web marketing culturale
Indicatori di valutazione	Per tipologie di beni culturali ecclesiastici, contesti territoriali, dinamiche turistiche e pubblici interessati alla loro fruizione, dato un set di informazioni, impostare nei suoi elementi essenziali una strategia di valorizzazione ed un piano di marketing rivolto alla loro promozione.
Soglia minima di prestazione	Per almeno un contesto territoriale caratterizzato in termini di dinamiche turistiche e beni culturali ecclesiastici, ed almeno due tipologie di potenziali fruitori, per un set di informazioni dato, impostazione nei suoi elementi essenziali della relativa strategia di valorizzazione e del conseguente piano di marketing rivolto alla loro promozione, argomentando motivatamente le scelte compiute.
Realizzare le attività di promozione e valorizzazione dei beni culturali ecclesiastici	
Risultato atteso	Coordinare e realizzare le attività di promozione e valorizzazione, sulla base dei relativi progetti, curandone gli aspetti organizzativi
EQF	5
Conoscenze	<ul style="list-style-type: none"> - Management e marketing dei beni culturali ecclesiastici - Strategie di branding - Tecniche e strumenti delle relazioni pubbliche - Tecniche di comunicazione e relazione con il cliente - Modalità di presentazione dei beni culturali ecclesiastici (cataloghi, pubblicazioni, social, etc) - Sistemi informativi e informatici per gestire banche dati funzionali alla valorizzazione del patrimonio culturale ecclesiastico - Forme di gestione delle attività di valorizzazione dei beni culturali (gestione diretta, indiretta) - Tecniche e strumenti di comunicazione/mediazione tradizionali e innovativi dei beni culturali ecclesiastici - Metodologie e strumenti per l'elaborazione e la gestione di progetti - Tecniche e strumenti di pianificazione e organizzazione del lavoro - Tecniche e strumenti di digital marketing e web marketing culturale
Abilità	<ul style="list-style-type: none"> - Predisporre i prodotti per la comunicazione e la promozione di beni e servizi culturali - Identificare ed attivare la rete di attori da coinvolgere nella configurazione dell'evento - Individuare iniziative di web marketing e social media marketing per la promozione dei beni ecclesiastici previsti nel progetto di promozione - Curare gli aspetti organizzativi dei servizi e delle attività di promozione raccordandosi con gli attori coinvolti (istituzioni, enti, professionisti, etc.) - Comunicare in modo efficace con tour operator e partner locali per instaurare partnership strategiche e stipulare accordi commerciali e istituzionali vantaggiosi - Gestire il gruppo di lavoro e il partenariato di progetto - Coordinare le attività di progetto, assicurando la corretta gestione delle risorse

	<p>professionali e finanziarie impiegate</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestire ed incrementare il portafoglio clienti/contatti
Indicatori di valutazione	Sulla base di piani di marketing e promozione di beni culturali ecclesiastici, inclusivi delle caratteristiche dei relativi target e portatori di interesse impostare e rappresentare, nei loro elementi essenziali, l'organizzazione ed il coordinamento delle attività di promozione e valorizzazione, argomentando motivatamente, i principi di gestione delle risorse e le esigenze di relazione con enti ed istituzioni
Soglia minima di prestazione	Per almeno una tipologia di piano di marketing e promozione di beni culturali ecclesiastici, relativo ad almeno due target di destinatari e di portatori di interesse, rappresentare nei loro elementi essenziali, le attività di promozione argomentando motivatamente le soluzioni, i principi di gestione delle risorse e le esigenze di coordinamento con enti ed istituzioni.
Monitorare e valutare le attività di promozione e valorizzazione dei beni culturali ecclesiastici	
Risultato atteso	Monitorare il piano di promozione e valorizzazione dei beni culturali ecclesiastici, controllando l'andamento dei canali di promozione attivati, capitalizzando l'analisi dei risultati e producendo la relativa reportistica
EQF	5
Conoscenze	<ul style="list-style-type: none"> - Struttura e processi di fruizione turistica del territorio in cui si collocano beni i culturali ecclesiastici - Processi e dinamiche di fruizione dei beni culturali ecclesiastici e del turismo religioso: attori, caratteristiche e tendenze - Tecniche e strumenti di monitoraggio e valutazione dei progetti culturali - Metodi e strumenti di valutazione dei progetti - Tecniche e strumenti per la rilevazione della customer satisfaction - Principi della fidelizzazione, soddisfazione e cura del cliente - Tecniche di reporting e trattamento dei dati
Abilità	<ul style="list-style-type: none"> - Individuare ed applicare parametri di valutazione della coerenza e adeguatezza del progetto rispetto al sistema dei beni culturali ecclesiastici ed al contesto - Raccogliere ed analizzare in maniera continuativa e sistematica le informazioni sull'andamento del progetto - Valutare l'esito delle attività realizzate definendo ed utilizzando indicatori e strumenti specifici - Identificare ed adottare soluzioni tecniche adattive/migliorative funzionali alla risoluzione di eventuali criticità nelle dinamiche realizzative - Tradurre dati di customer satisfaction in azioni di miglioramento del sistema configurato e dell'evento proposto - Applicare i principi della fidelizzazione, soddisfazione e cura del cliente
Indicatori di valutazione	Sulla base di tipologie di piani di marketing e promozione di beni culturali ecclesiastici, espressi in termini di canali, obiettivi e target, definire gli indicatori ritenuti rilevanti ed impostarne il monitoraggio, individuando motivatamente le tecniche di analisi e reporting.
Soglia minima di prestazione	Per almeno una tipologia di piano di marketing e promozione di beni culturali ecclesiastici, relativo ad almeno due target di destinatari e di portatori di interesse ed a due canali di comunicazione, definizione di almeno due indicatori di monitoraggio e valutazione e rappresentazione del relativo processo, con motivata individuazione delle tecniche di analisi e reporting.