

### **2.5.1.6.0 - Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate**

*Le professioni comprese in questa unità promuovono le relazioni pubbliche e l'immagine di un'impresa o di un'organizzazione scrivendo testi, selezionando e diffondendo materiale pubblicitario favorevole, organizzando e sponsorizzando eventi di particolare importanza e visibilità, attività benefiche a favore della popolazione e attività similari non direttamente collegate alla promozione pubblicitaria.*

#### ***Ridefinizione degli assetti professionali nel settore dei Beni culturali***

Le professioni comprese in questa Unità Professionale garantiscono le relazioni pubbliche del museo e la corretta e adeguata diffusione della missione, del patrimonio e delle attività cardine del museo stesso. Gestiscono i rapporti con i media, gli uffici e le agenzie di stampa e comunicazione, informano i media e le agenzie di stampa e comunicazione relativamente alle attività promosse dal museo e ai risultati conseguiti. Mantengono, inoltre, i rapporti con gli uffici stampa esterni al museo, con i responsabili della comunicazione e informazione dell'ente eventualmente proprietari del museo, di altre realtà museali, dei sostenitori e degli sponsor del museo. Producono, altresì, i materiali informativi di supporto alle attività di comunicazione e informazione e contribuiscono alla progettazione della loro diffusione. In generale solo in relazione alla parte dei contenuti, aggiornano, implementano, ottimizzano e gestiscono l'area dedicata alle relazioni pubbliche e all'ufficio stampa nel sito web del museo e supportano il direttore del Museo nella gestione dei rapporti con i media e delle pubbliche relazioni. Contribuiscono, infine, alla predisposizione e alla redazione dei materiali di comunicazione, informazione e promozione, curano le attività di editing dei materiali a stampa pubblicati dal museo o per conto di esso. Se collocate in una impresa privata e/o in outsourcing per lo svolgimento di specifiche attività museali, le figure professionali comprese in questa Unità svolgono attività analoghe a quelle svolte nel pubblico, fatte salve le differenti declinazioni professionali coerenti con la posizione lavorativa assunta nella propria organizzazione di riferimento. Tra le competenze necessarie allo scenario futuro, oltre quelle relative al *core competences professionali* appena descritte, spiccano la capacità di interagire in contesti interculturali e interdisciplinari, una sempre più adeguata conoscenza delle lingue straniere, un forte orientamento al servizio e alla sua personalizzazione in relazione a differenti pubblici e una significativa capacità progettuale in relazione all'immagine del bene culturale e della sua spendibilità e valorizzazione nel contesto territoriale di riferimento, nonché al di fuori degli stretti confini geografici (promozione dell'immagine internazionale). Anche in questo caso può trattarsi di una figura professionale che svolge la propria attività con un approccio maggiormente consulenziale e in condivisione tra più organizzazioni territoriali.

#### ***Compiti e attività specifiche dell'Unità Professionale***

- selezionare e diffondere materiale pubblicitario o informativo
- gestire e aggiornare contenuti promozionali nei siti web

- curare l'immagine dell'ente o dell'azienda
- predisporre o gestire strategie di comunicazione
- redigere o predisporre testi per discorsi ufficiali o comunicati stampa
- organizzare conferenze stampa
- valutare, impostare o realizzare di campagne pubblicitarie (ideazione di marchi, layout, stand promozionali, ecc...)
- studiare o realizzare materiale pubblicitario
- organizzare e sponsorizzare campagne di comunicazione sociale
- curare i rapporti con i mezzi di informazione

Compiti innovati	Compiti nuovi
Non ci sono compiti nella Figura Professionale che possono considerarsi innovati	Al di là di un approccio orientato al miglioramento e ampliamento delle conoscenze, capacità e competenze tipiche della professione considerata non emergono significativi <i>compiti nuovi</i> dallo scenario 2020 per le professioni comprese nell'UP.

A fronte delle innovazioni e dei cambiamenti attesi che si prevede modificheranno, più o meno profondamente, le modalità specifiche in relazione all'esercizio effettivo delle professioni nel settore dei Beni Culturali, l'intero sistema delle competenze che caratterizzano ogni singola Unità Professionale sarà interessato da una sua propria evoluzione.

Le 14 competenze individuate come fondanti e, seppur in misura differenziata, caratterizzanti tutte le professioni, assumono, pertanto, una loro configurazione tipica all'interno di ogni Unità Professionale considerata. Il loro peso contribuisce a dare ad ognuna di esse una sua profilatura basata sulla rilevanza (alta, media, bassa o nulla) assunta da ognuna delle competenze individuate.

La tabella che segue riepiloga in forma sinottica il quadro delle 14 competenze selezionate osservate, appunto, (pesatura) in relazione alla specifica Unità Professionale qui descritta.

<b>2.5.1.6.0 - Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate</b>					
Essere in grado di interagire positivamente in contesti interculturali e multidisciplinari					
Essere in grado di comprendere e di utilizzare in ambiti di promozione, coordinamento gestione i processi relativi alla costante acquisizione di risorse a sostegno della <i>mission</i> aziendale/istituzionale (promozione, fundraising, rapporti con finanziatori esterni di varia natura)					
Essere in grado di accompagnare i cambiamenti e valutare i risultati dei processi aziendali/organizzativi a partire da una matrice di obiettivi e di metodi					
Essere in grado di sviluppare approcci orientati all'autodiagnosi e al miglioramento continuo attraverso l'acquisizione in tempi utili di set informativi pertinenti					
Essere in grado di prendere decisioni in relazione al proprio contesto di riferimento migliorando la capacità di acquisizione in tempi utili di set informativi pertinenti					
Essere in grado di utilizzare i sistemi informativi nella gestione e sviluppo dei processi di lavoro aziendali/istituzionali di riferimento (monitoraggio della spesa, delle attività, indicatori di out put, di valutazione, di risultato)					
Essere in grado di promuovere e sostenere processi produttivi, organizzativi e culturali della propria istituzione/organizzazione fondati su una costante valorizzazione delle dinamiche relazionali e delle filiere <i>locali</i> ( <i>marketing</i> territoriale strategico dei beni culturali)					
Essere in grado di affrontare i molteplici aspetti della propria dimensione professionale sul versante della comunicazione scritta, orale, online utilizzando differenti lingue veicolari					
Essere in grado di utilizzare i sistemi informativi <i>web based</i> nella gestione e nello sviluppo dei processi aziendali/istituzionali orientati alla promozione e alla valorizzazione della propria immagine e della propria <i>mission</i>					
Essere in grado di interpretare e applicare normative generali e specifiche, criteri gestionali in ambito amministrativo e finanziario in relazione al sistema aziendale/organizzativo locale, nazionale (e internazionale) di riferimento					
Essere in grado di gestire i processi di cambiamento degli assetti organizzativi di riferimento nell'ottica di una crescente valorizzazione del capitale umano aziendale/istituzionale e di una gestione positiva dei conflitti					
Essere in grado di interpretare e sostenere i bisogni degli utenti, in generale, nonché di categorie di utenti specifici nell'ottica del miglioramento generale del servizio					
Essere in grado di associare i prodotti culturali a strategie e percorsi didattici ed educativi fruibili da pubblici differenziati					
Essere in grado di inserire un progetto culturale in contesti in grado di favorirne la visibilità, la fruibilità, la remuneratività economica e sociale					
<b>Indice di cambiamento</b>					
	<b>Molto importante</b>	<b>Importante</b>	<b>Poco importante</b>	<b>Ininfluyente</b>	<b>48</b>
<b>Legenda</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	

Le due tabelle che seguono individuano, invece, le direzioni del cambiamento che si riferiscono al possesso delle principali conoscenze e skill (le prime 10) che caratterizzeranno la Figura Professionale considerata.

### **Tendenze del cambiamento rispetto alla rappresentazione attuale della Unità Professionale<sup>1</sup>**

Conoscenze	importanza		complessità	
1 Lingua italiana	90	=	74	↑
2 Servizi ai clienti e alle persone	85	↑	74	↑
3 Comunicazione e media	82	↑	78	↑
4 Lingua straniera	79	↑	70	=
5 Commercializzazione e vendita	65	↑	64	↑
6 Psicologia	54	↑	53	↑
7 Impresa e gestione di impresa	46	↑	48	↑
8 Lavoro d'ufficio	45	=	48	=
9 Sociologia e antropologia	45	↑	48	↑
10 Economia e contabilità	39	=	40	=

Skills	importanza		complessità	
1 Parlare	96	=	82	↑
2 Ascoltare attivamente	95	=	80	↑
3 Comprendere testi scritti	91	=	78	=
4 Scrivere	91	=	80	↑
5 Senso critico	90	=	78	↑
6 Orientamento al servizio	90	↑	77	↑
7 Apprendimento attivo	88	↑	72	↑
8 Gestire il tempo	88	↑	78	↑
9 Comprendere gli altri	80	↑	76	↑
10 Risolvere problemi complessi	79	=	74	↑

**Legenda**      ↑ crescita    = stabilità    ↓ diminuzione

<sup>1</sup> Ci si riferisce agli esiti della prima edizione della indagine campionaria sulle professioni condotta da Isfol e Istat terminata nel 2013. I risultati sono disponibili sul sito <http://professionioccupazione.isfol.it>. Dei 10 descrittori utilizzati per indagare la struttura professionale, nell'ambito della anticipazione dei fabbisogni professionali sono stati selezionati come benchmark gli esiti rilevati rispetto a Conoscenze e Skill in quanto aree sensibili per gli interventi di formazione. Nel quadro dell'indagine le conoscenze - sono insiemi strutturati di informazioni, principi, pratiche e teorie necessari al corretto svolgimento della professione. Si acquisiscono attraverso percorsi formali (istruzione, formazione e addestramento professionale) e/o con l'esperienza; le skills - sono insiemi di procedure e processi cognitivi generali che determinano la capacità di eseguire bene i compiti connessi con la professione. Si tratta, in particolare, di processi appresi con il tempo e che consentono di trasferire efficacemente nel lavoro le conoscenze acquisite

L'importanza - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 5 livelli, da Non importante ad Assolutamente importante

La complessità - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 7 livelli con ancoraggi esemplificativi del livello di complessità crescente ed esemplificative delle conoscenze o skills che l'UP deve possedere

### ***Indicazioni per il sistema dell'Education***

In generale, le competenze richieste alle diverse Figure Professionali, tra cui quella qui descritta, corrispondono al possesso di titoli di studio certificati (diplomi, lauree, master, ecc.). In questo caso la laurea specialistica o diploma di laurea quadriennale del vecchio ordinamento in scienze della comunicazione, relazioni pubbliche e altre lauree con indirizzi assimilabili.

Tuttavia, esistono organizzazioni, istituzioni museali, imprese e organizzazioni che, per tipologia e/o missione, richiedono competenze acquisibili prevalentemente attraverso esperienze specifiche sia di natura biografica sia *on the job* o, in casi rari, fortemente specialistiche e di nicchia.

In questi casi, le amministrazioni responsabili possono prevedere deroghe motivate per quanto riguarda la richiesta di titoli di studio specifici e di esperienze professionali per l'accesso alle professioni, per l'assunzione o, laddove, possibile per il passaggio ad altre funzioni/posizioni all'interno dell'organizzazione.

Il personale che già lavora nei musei e che ha maturato nel corso dell'esperienza lavorativa conoscenze e competenze adeguate alla posizione ricoperta può essere incentivato, in relazione al cambiamento degli assetti organizzativi e del proprio ruolo professionale qui delineato, a frequentare corsi di formazione e, più in generale, partecipare ad esperienze formative *ad hoc* in modo da aggiornare la propria preparazione secondo quanto richiesto dalle nuove funzioni svolte sul posto di lavoro.