

## **TECNICO PER LA PROMOZIONE EVENTI E PRODOTTI DI SPETTACOLO**

L1-1153

### **Descrizione profilo:**

1 La proposta intende formare una figura professionale in un settore in crescita in provincia di Avellino, ovvero quello del turismo e dello spettacolo. L'offerta prevede la formazione del "Tecnico promozione eventi e prodotti di spettacolo" al fine di sviluppare capacità organizzative e professionali necessarie per operare, con competenza, e rendere competitive le imprese del settore, creando nuove opportunità per i giovani.

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 prezzo, 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 comunicazione, svolge attività di fundraising, partecipa alle attività di promozione e vendita sul territorio, e alla individuazione di eventuali azioni correttive rispetto all'evento spettacolo. 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 stakeholders vari. ([Repertorio qualificazioni professionali Regione Campania](#)).

### **Durata:**

Il percorso formativo è composto da **200 ore**, di cui: **130 ore** di teoria e **70 ore** di esercitazione pratica e apprendimento in situazione.

Le lezioni si svolgeranno dal **lunedì** al **venerdì** dalle ore **9.00** alle ore **13.00** e dalle ore **8.00** alle ore **14.00**.

(Nel caso si rilevassero particolari necessità, i corsi potrebbero svolgersi di pomeriggio).

### **Programma formativo:**

Le aree di attività previste saranno sviluppate in relazione ai risultati attesi in termini di apprendimento e capacità lavorativa per unità di competenza, ed a ogni Unità di Competenza è associato il rinforzo delle [8 competenze chiave](#) previste a livello europeo.

### **Moduli formativi:**

**COMPETENZA N. 1 - "Analisi delle potenzialità del mercato degli eventi/prodotti spettacolo" (40 ore totali di cui 8 di aula e 22 di esercitazione pratica e 10 ore di "Orientamento, Pari Opportunità e Sostenibilità");**

Risultato atteso: Gestire un colloquio di lavoro, redarre un curriculum vitae, rendere operative le Pari Opportunità;

Mercato analizzato consultando in maniera corretta le giuste fonti così da consentire un efficace posizionamento del prodotto. (Key competence n°1-2-7-8);

### **Contenuti delle lezioni:**

**DESCRIZIONE DELLA FIGURA PROFESSIONALE E PROGRAMMA FORMATIVO**  
a cura di AS.FOR.IN.

1.1 Orientamento, Pari Opportunità e Sostenibilità

1.2 Aspetti economici e organizzativi relativi al settore spettacolo

1.3 Componenti fondamentali nell'analisi del comportamento di acquisto di un evento/prodotto spettacolo

1.4 Elementi di marketing dello spettacolo

2

**COMPETENZA N. 2 – “Analisi valutativa dell’evento spettacolo” (40 ore totali di cui 32 di aula e 8 di esercitazione pratica/apprendimento in situazione);**

Risultato atteso: Evento analizzato in un’ottica “customer oriented” (Key competencies n° 6-7-8);

**Contenuti delle lezioni:**

2.1 Elementi di base della normativa regionale, nazionale e internazionale di settore

2.2 Sicurezza sul lavoro

2.3 Tecniche di analisi valutativa e strumenti di monitoraggio

2.4 Tipologie e caratteristiche degli spettacoli dal vivo

**COMPETENZA N. 3 – “Impostazione di un piano di promozione e comunicazione dell’evento/prodotto spettacolo” (60 ore totali di cui 40 ore di aula e 20 ore di esercitazione pratica/apprendimento in situazione);**

Risultato atteso: Piano di marketing adeguato alle caratteristiche dell’evento/prodotto spettacolo (Key competencies n° 4-8)

**Contenuti delle lezioni:**

3.1 Tecniche per la determinazione del prezzo dei prodotti spettacolo

3.2 Strategie di comunicazione del prodotto spettacolo

3.3 Tecniche per la determinazione dei canali di distribuzione

**COMPETENZA N. 4 – “Realizzazione delle attività di comunicazione e promozione dell’evento/prodotto spettacolo” (60 ore totali di cui 40 ore di aula e 20 di esercitazione pratica/apprendimento in situazione).**

Risultato atteso: Attività di comunicazione e promozione capillare ed efficace (Rinforzo delle 8 key Competencies).

**Contenuti delle lezioni:**

4.1 Tecniche di fundraising per le imprese di spettacolo

4.2 Tecniche di grafica e realizzazione di prodotti promozionali (brochure, locandine, loghi, manifesti, poster)

4.3 Tecniche di redazione di comunicati stampa, azioni di comunicazione e diffusione

4.2 Il prodotto teatrale, musicale e le performing arts

4.3 Il programma europeo “Creative Europe”: brevi cenni