

**TECNICO SUPERIORE PER IL MARKETING E  
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE**

---

**STANDARD DELLA FIGURA NAZIONALE**

<b>Denominazione della figura</b>	TECNICO SUPERIORE PER IL MARKETING E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE
<b>Referenziazioni della figura</b>  <b>Codice Professionale ISTAT (CP 2011)</b>	3.3.3.4 - Tecnici della vendita e della distribuzione 3.3.3.5 - Tecnici del marketing 3.3.3.6 - Tecnici della pubblicità e delle pubbliche relazioni 3.3.1.4 - Corrispondenti in lingue estere e professioni assimilate 3.1.3.7 – Disegnatori industriali e professioni assimilate
<b>Attività economiche di riferimento:</b>  <b>ATECO 2007/ISTAT</b>	M 70 Attività di direzione aziendale e di consulenza gestionale M 73 Pubblicità e ricerche di mercato
<b>Descrizione sintetica della figura</b>	Il Tecnico superiore opera per promuovere prodotti del ‘Made in Italy’ dei quali conosce il processo di produzione e le specifiche caratteristiche tecniche. Cura la pianificazione strategica con particolare riguardo al posizionamento sui mercati internazionali. Predisporre il piano di marketing e di comunicazione sul prodotto/servizio studiandone il posizionamento in uno specifico segmento di mercato attraverso l’analisi di settore, il benchmark, la ricerca delle tendenze e delle potenzialità offerte dai nuovi media digitali. Supporta la gestione di impresa collaborando a produrre la documentazione necessaria per partecipare a gare e bandi nazionali e internazionali. Predisporre, gestisce e controlla il piano delle vendite di prodotto/servizi, monitorando la soddisfazione della clientela.
<b>Area tecnologica</b>	Nuove tecnologie per il made in Italy
<b>Ambiti delle aree tecnologiche</b>	Servizi alle imprese

<b>Area professionale</b>	Servizi commerciali
<b>Filiera</b>	Trasversale

### **MACROCOMPETENZE IN ESITO**

- Effettuare l'analisi strategica di uno specifico segmento di mercato
- Definire il posizionamento del brand e del prodotto/servizio con particolare riferimento a mercati internazionali
- Predisporre piani di marketing e controllarne la realizzazione individuando eventuali azioni correttive
- Implementare contatti strategici sui mercati e sui target di riferimento
- Ricercare e utilizzare applicativi web orientati al marketing
- Analizzare le relazioni fra prodotto, ambiente e sistema qualità
- Ricercare e applicare leggi e regolamenti a tutela del 'Made in Italy' e della proprietà industriale
- Collaborare alla definizione del progetto tecnico complessivo e delle sue componenti
- Ricercare e applicare la normativa di prevenzione, sicurezza, salvaguardia dell'ambiente

### **COMPETENZE GENERALI DI BASE**

#### **AMBITO LINGUISTICO, COMUNICATIVO E RELAZIONALE**

- Padroneggiare gli strumenti linguistici e le tecnologie dell'informazione e della comunicazione per interagire nei contesti di vita e di lavoro
- Utilizzare l'inglese tecnico (microlingua), correlato all'area tecnologica di riferimento, per comunicare correttamente ed efficacemente nei contesti in cui opera
- Concertare, negoziare, e sviluppare attività in gruppi di lavoro per affrontare problemi, proporre soluzioni, contribuire a produrre, ordinare e valutare risultati collettivi
- Predisporre documentazione tecnica e normativa gestibile attraverso le reti telematiche
- Gestire i processi comunicativi e relazionali all'interno e all'esterno dell'organizzazione sia in lingua italiana sia in lingua inglese
- Valutare le implicazioni dei flussi informativi rispetto all'efficacia ed efficienza della gestione dei processi produttivi o di servizio, individuando anche soluzioni alternative per assicurarne la qualità

### **AMBITO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO**

- Utilizzare strumenti e modelli matematici e statistici nella descrizione e simulazione delle diverse fenomenologie dell'area di riferimento, nell'applicazione e nello sviluppo delle tecnologie appropriate
- Utilizzare strumentazioni e metodologie proprie della ricerca sperimentale per le applicazioni delle tecnologie dell'area di riferimento

### **AMBITO GIURIDICO ED ECONOMICO**

- Reperire le fonti e applicare le normative che regolano la vita dell'impresa e le sue relazioni esterne in ambito nazionale, europeo e internazionale
- Conoscere i fattori costitutivi dell'impresa e l'impatto dell'azienda nel contesto territoriale di riferimento
- Utilizzare strategie e tecniche di negoziazione con riferimento ai contesti di mercato nei quali le aziende del settore di riferimento operano anche per rafforzarne l'immagine e la competitività

### **AMBITO ORGANIZZATIVO E GESTIONALE**

- Conoscere e contribuire a gestire i modelli organizzativi della qualità che favoriscono l'innovazione nelle imprese del settore di riferimento
- Riconoscere, valutare e risolvere situazioni conflittuali e problemi di lavoro di diversa natura: tecnico-operativi, relazionali, organizzativi
- Conoscere, analizzare, applicare e monitorare, negli specifici contesti, modelli di gestione di processi produttivi di beni e servizi
- Gestire relazioni e collaborazioni nell'ambito della struttura organizzativa interna ai contesti di lavoro, valutandone l'efficacia
- Gestire relazioni e collaborazioni esterne – interpersonali e istituzionali – valutandone l'efficacia
- Organizzare e gestire, con un buon livello di autonomia e responsabilità, l'ambiente lavorativo, il contesto umano e il sistema tecnologico di riferimento al fine di raggiungere i risultati produttivi attesi
- Analizzare, monitorare e controllare, per la parte di competenza, i processi produttivi al fine di formulare proposte/individuare soluzioni e alternative per migliorare l'efficienza e le prestazioni delle risorse tecnologiche e umane impiegate nell'ottica del progressivo miglioramento continuo