

Tecnico della promozione e del coordinamento delle reti di imprese - (Manager di reti di imprese)

 **SETTORE 24. [Area comune](#)**

REPERTORIO - Sardegna

AdA associate alla Qualificazione

ADA.24.04.01 (ex ADA.25.223.719) - Sviluppo del piano strategico di marketing

Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico del marketing	Basilicata
Esperto nella gestione aziendale	Campania
TECNICO ESPERTO NELLA GESTIONE DI SERVIZI	Emilia-Romagna
Tecnico esperto nella gestione dei servizi	Lazio
Tecnico esperto nella gestione aziendale	Lazio
ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE	Lombardia
PRODUCT MANAGER	Lombardia
ESPERTO DI MARKETING	Lombardia
ESPERTO GESTIONE AREA MARKETING	Lombardia
MANAGER DI DISTRETTO COMMERCIALE	Lombardia
ESPERTO DI GESTIONE DI COOPERATIVE	Lombardia
Tecnico delle attività di marketing	Puglia

Responsabile della direzione e del coordinamento delle strategie di marketing e di comunicazione	Puglia
Tecnico delle attività di marketing	Toscana
Responsabile della direzione e del coordinamento delle strategie di marketing e di comunicazione	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
TECNICO DEL MARKETING	Abruzzo	3	X	X	X
EXPORT MANAGER	Abruzzo	3	X	X	X
Tecnico del marketing	Basilicata	3	X	X	X
Tecnico delle industrie culturali e creative	Basilicata	3	X	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Calabria	3	X	X	X
Responsabile della direzione e del coordinamento delle strategie di marketing e di comunicazione	Calabria	3	X	X	X
Esperto nella gestione aziendale	Campania	3	X	X	X
TECNICO ESPERTO NELLA GESTIONE AZIENDALE	Emilia-Romagna	3	X	X	X
TECNICO ESPERTO NELLA GESTIONE DI SERVIZI	Emilia-Romagna	3	X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Tecnico esperto nella gestione dei servizi	Lazio	3	X	X	X
ESPERTO DI GESTIONE DI COOPERATIVE	Lombardia	3	X	X	X
PRODUCT MANAGER	Lombardia	3	X	X	X
MANAGER DI DISTRETTO COMMERCIALE	Lombardia	3	X	X	X
Tecnico esperto nella gestione di servizi	Molise	3	X	X	X
Tecnico esperto nella gestione aziendale	Molise	3	X	X	X
Digital marketing specialist	Provincia Autonoma di Trento	3	X	X	X
Responsabile della direzione e del coordinamento delle strategie di marketing e di comunicazione	Puglia	3	X	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Puglia	3	X	X	X
Tecnico della promozione e del coordinamento delle reti di imprese - (Manager di reti di imprese)	Sardegna	3	X	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Toscana	3	X	X	X
Responsabile della direzione e del coordinamento delle strategie di marketing e di comunicazione	Toscana	3	X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Tecnico del marketing turistico	Umbria	3	X	X	X
Tecnico del marketing operativo	Umbria	3	X	X	X
ESPERTO MARKETING	Veneto	3	X	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
MARKETING ANALITICO	Friuli Venezia Giulia	1		X	
MARKETING STRATEGICO	Friuli Venezia Giulia	1			X
Tecnico esperto nella gestione aziendale	Lazio	1	X		
ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE	Lombardia	1			X
ESPERTO DI MARKETING	Lombardia	1			X
ESPERTO GESTIONE AREA MARKETING	Lombardia	1			X
Tecnico della definizione di strategie di mercato e della pianificazione di azioni di marketing nel settore della pesca	Sicilia	1	X		

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Tecnico per la divulgazione di un prototipo o di un risultato di ricerca ad alto valore innovativo	Toscana	2	X	X	
Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA					
Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Responsabile analista di business (Business Analyst)	Calabria	0			
Gestire attività SEO e SEM	Lombardia	0			
Gestire le attività di social media marketing	Lombardia	0			
ANALISTA DI BUSINESS	Lombardia	0			
Esperto analisi di mercato	Sardegna	0			
Tecnico superiore per il marketing e l'internazionalizzazione delle imprese	Sicilia	0			

Competenze

Titolo: Gestione della rete di impresa

Descrizione: Condurre interventi di diagnosi di sistema e di organizzazione per la rilevazione di criticità nei processi, nelle dinamiche relazionali, nelle risorse tecniche e strutturali delle singole imprese, potenzialmente superabili attraverso il funzionamento di

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.01 (ex ADA.25.223.719) - Sviluppo del piano strategico di marketing associate:

Risultato atteso:RA1: Definire la collocazione ottimale del prodotto/servizio sul mercato e delineare le linee strategiche di evoluzione dello stesso, sulla base dell'analisi del mercato di riferimento e della concorrenza

Analisi delle caratteristiche di mercato sulla base dei dati raccolti dal sistema informativo di marketing

Identificazione dell'area strategica di affari in cui operare concentrando le risorse aziendali (macro-segmentazione)

Risultato atteso:RA2: Identificare e definire gruppi distinti di consumatori, prevedendo la possibilità di sviluppare marketing mix differenziati

Identificazione dei gruppi distinti di consumatori/potenziali acquirenti (micro-segmentazione)

Definizione dei profili dei diversi segmenti di consumatori individuati

Risultato atteso:RA3: Selezionare uno o più segmenti cui rivolgere l'offerta, definendone gli indici di attrattività e valutando la capacità di differenziazione dell'offerta rispetto ad essi

Definizione degli indici di attrattività dei singoli segmenti

Selezione dei segmenti obiettivo cui rivolgere l'offerta (targeting)

Definizione dei benefici distintivi dell'offerta di prodotti/servizi nei confronti dei segmenti obiettivo selezionati (posizionamento)

Valutazione della capacità di differenziazione dell'offerta di prodotti/servizi

CONOSCENZE

Canali di finanziamento e capitalizzazione per le reti d'impresa

Elementi di progettazione e sviluppo organizzativo

Analisi di bilancio

Principi e metodologie di change management

Elementi di contrattualistica (aziende/reti/aggregazioni)

Elementi di controllo di gestione

Tecniche di budgeting e di business plan

Elementi di programmazione e progettazione comunitaria

Elementi di project management

Gestione delle risorse umane

ABILITÀ/CAPACITÀ

Applicare criteri di selezione fornitori e di pianificazione degli acquisti
Strutturare interventi di diagnosi di sistema e organizzativa finalizzati a rilevare le criticità nei processi produttivi e favorire l'individuazione delle aree di miglioramento

Redigere la relazione sui risultati del piano di sviluppo della rete

Applicare tecniche di programmazione e pianificazione delle attività

Applicare modalità di coordinamento del lavoro e di leadership

Applicare metodologie di lavoro per obiettivi

Applicare tecniche di monitoraggio delle attività della rete

Applicare modelli di pianificazione economico-finanziaria

Titolo: Promozione e marketing della rete di impresa

Descrizione: Effettuare l'analisi strategica del mercato e del territorio di riferimento formulando ipotesi di obiettivi di sviluppo a medio e lungo termine, favorendo interconnessioni e momenti di comunicazione, sensibilizzazione e promozione tra i diversi soggetti d

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.01 (ex ADA.25.223.719) - Sviluppo del piano strategico di marketing associate:

Risultato atteso:RA2: Identificare e definire gruppi distinti di consumatori, prevedendo la possibilità di sviluppare marketing mix differenziati
Identificazione dei gruppi distinti di consumatori/potenziali acquirenti (micro-segmentazione)

Definizione dei profili dei diversi segmenti di consumatori individuati

Risultato atteso:RA3: Selezionare uno o più segmenti cui rivolgere l'offerta, definendone gli indici di attrattività e valutando la capacità di differenziazione dell'offerta rispetto ad essi

Definizione degli indici di attrattività dei singoli segmenti

Selezione dei segmenti obiettivo cui rivolgere l'offerta (targeting)

Definizione dei benefici distintivi dell'offerta di prodotti/servizi nei confronti dei segmenti obiettivo selezionati (posizionamento)

Valutazione della capacità di differenziazione dell'offerta di prodotti/servizi

CONOSCENZE

Tecniche di comunicazione
Tecniche di negoziazione
Marketing territoriale
Rete dei trasporti e del sistema logistico territoriale
Tecniche di analisi dei fabbisogni
Analisi e lettura del territorio
Analisi previsionale dell'andamento del mercato
Elementi di Customer Relationship Management
Marketing strategico e marketing operativo

ABILITÀ/CAPACITÀ

Applicare tecniche di analisi diffusione dei dati
Applicare metodologie di definizione di piani di comunicazione
Applicare tecniche di analisi di mercato
Utilizzare strumenti di valutazione della qualità di processo e di prodotto/servizio
Applicare tecniche di analisi statistica dei dati
Utilizzare modelli standard per redigere report analisi dati
Utilizzare tecniche di negoziazione e mediazione

Titolo: Sviluppo e coordinamento della rete di impresa

Descrizione: Definire un progetto di network di imprese ricercando e identificando sbocchi di nuovi mercati, azioni produttive e standardizzate attraverso l'attivazione di processi di relazioni interne ed esterne, contatti tra la propria organizzazione ed altre organi

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.01 (ex ADA.25.223.719) - Sviluppo del piano strategico di marketing associate:

Risultato atteso:RA1: Definire la collocazione ottimale del prodotto/servizio sul mercato e delineare le linee strategiche di evoluzione dello stesso, sulla base dell'analisi del mercato di riferimento e della concorrenza
Analisi delle caratteristiche di mercato sulla base dei dati raccolti dal sistema

informativo di marketing

Identificazione dell'area strategica di affari in cui operare concentrando le risorse aziendali (macro-segmentazione)

Risultato atteso:RA2: Identificare e definire gruppi distinti di consumatori, prevedendo la possibilità di sviluppare marketing mix differenziati

Identificazione dei gruppi distinti di consumatori/potenziali acquirenti (micro-segmentazione)

Definizione dei profili dei diversi segmenti di consumatori individuati

CONOSCENZE

Tecniche di mediazione e negoziazione

Teorie o tecniche/approcci inerenti lo sviluppo di un'identità organizzativa condivisa (commitment)

Metodologie di team working

Normativa e contrattualistica sulle reti d'impresa e delle diverse opportunità aggregative/forme di aggregazione

Norme (comunitarie e nazionali) e regolamenti su marchi, brevetti, know-how, etc.

Le diverse tipologie di reti d'impresa e opportunità aggregative/forme di aggregazione

Gestione dei conflitti

Legislazione e normativa ambientale

ABILITÀ/CAPACITÀ

Riconoscere, pianificare e attribuire differenti funzioni e specializzazioni alle diverse imprese costituenti la rete

Armonizzare i diversi interessi in campo e coordinare le attività dei singoli nell'ottica del raggiungimento degli obiettivi

Controllare l'utilizzo di diritti di proprietà industriale o intellettuale (marchi, brevetti, know-how, etc.)

Analizzare le caratteristiche dei soggetti imprenditoriali e portatori di interesse che hanno un potenziale di aggregazione in network

Lavorare efficacemente in gruppo per generare motivazione, coesione e intesa tra tutti i soggetti della rete

Interpretare le attese dei soggetti dei portatori di interesse

Governare le relazioni tra tutti i soggetti della rete (comunicazione interna)

Controllare i processi esternalizzati e di outsourcing affinché i processi rispettino standard, protocolli e/o normative di riferimento

Codice	Titolo
2.5.1.5.4	Analisti di mercato

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
73.20.00	Ricerche di mercato e sondaggi di opinione
70.10.00	Attività di sedi centrali
70.20.09	Consulenza imprenditoriale e altre attività di consulenza gestionale n.c.a.

Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche - Corso
d'Italia, 33 - 00198 Roma - C.F. 80111170587

Copyright 2026 INAPP | All Rights Reserved