PRODUCT MANAGER

SETTORE 24. Area comune

REPERTORIO - Lombardia

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 AZIENDALE	Emilia-Romagna
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 delle industrie culturali e creative	Basilicata	3	X	X	X
Tecnico del marketing	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
MANAGER DI DISTRETTO COMMERCIALE	Lombardia	3	X	X	X
ESPERTO DI GESTIONE DI COOPERATIVE	Lombardia	3	X	X	X
PRODUCT MANAGER	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
Tecnico delle attività di marketing	Puglia	3	X	X	X
Responsabile della direzione e del coordinamento delle strategie di marketing e di comunicazione	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 STRATEGICO	Friuli Venezia Giulia	2	X		X
MARKETING ANALITICO	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			
ANALISTA DI BUSINESS	Lombardia	0			
Gestire attività SEO e SEM	Lombardia	0			
Gestire le attività di social media marketing	Lombardia	0			
Esperto analisi di mercato	Sardegna	0			
Tecnico superiore per il marketing e l?internazionalizzazione delle imprese	Sicilia	0			

ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix)

Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico del marketing	Basilicata
Esperto commerciale-marketing	Campania
TECNICO COMMERCIALE - MARKETING	Emilia-Romagna

TECNICO COMMERCIALE-MARKETING	Friuli Venezia Giulia
Tecnico commerciale - marketing	Lazio
Tecnico del marketing	Liguria
ESPERTO GESTIONE AREA MARKETING	Lombardia
PRODUCT MANAGER	Lombardia
ESPERTO DI MARKETING	Lombardia
Tecnico delle attività di marketing	Puglia
Tecnico delle attività di marketing	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell’ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
TECNICO DEL MARKETING	Abruzzo	2	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Calabria	2	X	X
TECNICO COMMERCIALE - MARKETING	Emilia-Romagna	2	X	X
Tecnico esperto nella gestione dei servizi	Lazio	2	X	X
Tecnico commerciale - marketing	Lazio	2	X	X
Tecnico del marketing	Liguria	2	X	X
PRODUCT MANAGER	Lombardia	2	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico del marketing	Piemonte	2	X	X
Digital marketing specialist	Provincia Autonoma di Trento	2	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Puglia	2	X	X
Tecnico specializzato in marketing	Sicilia	2	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Toscana	2	X	X
Tecnico del marketing operativo	Umbria	2	X	X
ESPERTO MARKETING	Veneto	2	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico del marketing	Basilicata	1	X	
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Calabria	1	X	
Tecnico della definizione di strategie di mercato, della pianificazione di azioni di marketing e della gestione di rapporti con la clientela e le reti di vendita	Calabria	1	X	
ESPERTO GESTIONE AREA MARKETING	Lombardia	1		X
ESPERTO DI MARKETING	Lombardia	1		X
Tecnico delle attività di marketing	Marche	1	X	

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico della definizione di strategie di mercato, della pianificazione di azioni di marketing e della gestione di rapporti con la clientela e le reti di vendita	Puglia	1	X	
Tecnico della definizione di strategie di mercato, della pianificazione di azioni di marketing e della gestione di rapporti con la clientela e le reti di vendita	Toscana	1	X	
Tecnico del marketing turistico	Umbria	1	X	

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Esperto commerciale-marketing	Campania	0		
TECNICO DELLA PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI	Friuli Venezia Giulia	0		
TECNICO DELLA PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI A BASE DI CARNE E PRODOTTI ITTICI	Friuli Venezia Giulia	0		
TECNICO COMMERCIALE-MARKETING	Friuli Venezia Giulia	0		
Tecnico esperto nella gestione aziendale	Lazio	0		
SPECIALISTA SEO (SEO SPECIALIST)	Lombardia	0		
SPECIALISTA SEM (SEM SPECIALIST)	Lombardia	0		

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
JUNIOR ASSISTANT MANAGER / MANAGERIN - JAM	Provincia autonoma di Bolzano	0		
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Puglia	0		
Tecnico del marketing	Sardegna	0		
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Toscana	0		

Competenze

Titolo: Effettuare il controllo dell'implementazione del piano di marketing

Descrizione: Effettuare il controllo dell'implementazione del piano di marketing

Obiettivo: Effettuare il controllo dell'implementazione del piano di marketing

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

Elementi di Customer Relationship Management
Elementi di project management
Marketing strategico
Marketing operativo
Elementi di amministrazione aziendale

ABILITÀ/CAPACITÀ

Applicare tecniche di budgeting
Applicare tecniche di project management

Applicare modalità di coordinamento del lavoro
Applicare tecniche di controllo di gestione
Applicare tecniche di valutazione di investimenti
Applicare tecniche di decision making
Applicare tecniche di monitoraggio piano di lavoro
Utilizzare strumenti operativi di controllo di gestione
Applicare metodi di valutazione progetti

Titolo: Predisporre il piano marketing e le leve del brand mix

Descrizione: Predisporre il piano marketing e le leve del brand mix

Obiettivo: Predisporre il piano marketing e le leve del brand mix

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare il lancio del prodotto/servizio, sulla base del target selezionato, analizzando il piano di marketing strategico e le caratteristiche del prodotto/servizio
Analisi delle caratteristiche del prodotto/servizio da lanciare sul mercato
Analisi delle strategie di marketing (trade e consumer) adottate dalla concorrenza (es. soluzioni di maketing, canali distributivi e promozionali, prezzi, ecc)
Progettazione del lancio del prodotto/servizio sulla base delle caratteristiche dei segmenti obiettivo selezionati

Risultato atteso:RA2: Sviluppare il piano operativo di marketing (marketing mix), definendo gli strumenti operativi (politica di brand management, prezzo, canali distributivi e comunicazione) per il raggiungimento degli obiettivi delineati.
Individuazione del prezzo di vendita del prodotto/servizio da immettere sul mercato
Scelta dei più efficaci canali distributivi per i prodotti/servizi da immettere sul mercato
Scelta dei più efficaci canali promozionali per i prodotti/servizi da immettere sul mercato
Sviluppo di soluzioni di trade marketing rivolte alla rete distributiva commerciale (es. visual merchandising, promozioni, ecc.)

Sviluppo e definizione del packaging

CONOSCENZE

Elementi di amministrazione aziendale
Elementi di Customer Relationship Management
Sistema distributivo
Elementi di comunicazione d'impresa
Strategie di vendita
Marketing operativo
E-marketing

ABILITÀ/CAPACITÀ

Applicare tecniche di project management
Applicare tecniche di decision making
Applicare tecniche di pianificazione delle attività
Applicare tecniche di budgeting
Applicare tecniche di marketing mix
Utilizzare strumenti di pianificazione delle attività

Titolo: Definire il posizionamento di mercato di prodotti/servizi

Descrizione: Definire il posizionamento di mercato di prodotti/servizi

Obiettivo: Definire il posizionamento di mercato di prodotti/servizi

Attività associate alla Competenza

Attivitá 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: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

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare il lancio del prodotto/servizio, sulla base del target selezionato, analizzando il piano di marketing strategico e le caratteristiche del prodotto/servizio
Analisi delle caratteristiche del prodotto/servizio da lanciare sul mercato
Analisi delle strategie di marketing (trade e consumer) adottate dalla concorrenza (es. soluzioni di maketing, canali distributivi e promozionali, prezzi, ecc)
Progettazione del lancio del prodotto/servizio sulla base delle caratteristiche dei segmenti obiettivo selezionati

Risultato atteso:RA2: Sviluppare il piano operativo di marketing (marketing mix), definendo gli strumenti operativi (politica di brand management, prezzo, canali distributivi e comunicazione) per il raggiungimento degli obiettivi delineati.
Individuazione del prezzo di vendita del prodotto/servizio da immettere sul mercato
Scelta dei più efficaci canali distributivi per i prodotti/servizi da immettere sul mercato
Scelta dei più efficaci canali promozionali per i prodotti/servizi da immettere sul mercato
Sviluppo di soluzioni di trade marketing rivolte alla rete distributiva commerciale (es. visual merchandising, promozioni, ecc.)
Sviluppo e definizione del packaging

CONOSCENZE

Elementi di economia
Elementi di statistica
Sistema distributivo
Strategie di vendita
Marketing strategico
Marketing operativo
Merceologia

ABILITÀ/CAPACITÀ

Applicare tecniche di segmentazione della clientela
Applicare tecniche di benchmarking
Applicare tecniche di analisi di dati di mercato
Applicare tecniche di analisi dati di customer satisfaction
Applicare tecniche di definizione obiettivi di vendita
Applicare tecniche di pianificazione strategica aziendale

Titolo: Effettuare l'analisi di mercato relativa ad un prodotto/linea di prodotti o servizio

Descrizione: Effettuare l'analisi di mercato relativa ad un prodotto/linea di prodotti o servizio

Obiettivo: Effettuare l'analisi di mercato relativa ad un prodotto/linea di prodotti o servizio

Attività associate alla Competenza

Attivitá 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

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare il lancio del prodotto/servizio, sulla base del target selezionato, analizzando il piano di marketing strategico e le caratteristiche del prodotto/servizio
Analisi delle caratteristiche del prodotto/servizio da lanciare sul mercato
Analisi delle strategie di marketing (trade e consumer) adottate dalla concorrenza (es. soluzioni di maketing, canali distributivi e promozionali, prezzi, ecc)
Progettazione del lancio del prodotto/servizio sulla base delle caratteristiche dei segmenti obiettivo selezionati

CONOSCENZE

Elementi di sociologia dei consumi
Marketing strategico
Elementi di economia
Elementi di statistica
Analisi previsionale dell'andamento del mercato
Elementi di marketing
Merceologia

ABILITÀ/CAPACITÀ

Applicare tecniche di analisi della concorrenza
Applicare tecniche di benchmarking
Applicare tecniche di analisi di dati di mercato
Applicare tecniche di rilevazione di evoluzione opportunità di mercato
Applicare tecniche di ricerca documentale
Applicare tecniche di presentazione di report di ricerca
Applicare tecniche di pianificazione strategica aziendale

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
3.3.3.5.0	Tecnici del marketing
2.5.1.5.4	Analisti di mercato

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
70.22.09	Altre attività di consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale e pianificazione aziendale
73.20.00	Ricerche di mercato e sondaggi di opinione

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

Copyright 2025 INAPP | All Rights Reserved