|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| unisalCI | FACOLTÀ  DI SCIENZE DELLA FORMAZIONE, SCIENZE POLITICHE E SOCIALI |  |

Corso di insegnamento

“MANAGEMENT E MARKETING

DELLE IMPRESE DEL TERZO SETTORE ”

Corso di Laurea Magistrale

in Progettazione e Gestione dei servizi sociali

I ANNO

AA 2014-2015 – docente titolare: prof. Monica Fait

Semestre: annuale

Crediti 12 Cfu ore 90

1) Presentazione e obiettivi del corso

Il corso si sviluppa su tre aree. Nella prima parte verranno fornite le conoscenze di base relativa alla gestione delle aziende. Nella seconda si affronterà il funzionamento tipico delle imprese del terzo settore. Gli studenti approfondiranno le tematiche gestionali inerenti il governo dell’impresa, la gestione ed il controllo a livello delle singole aree funzionali ed il percorso strategico necessario per creare e mantenere la competitività nell’attuale contesto economico. La terza parte è un focus sulle strategie di marketing come fonte del vantaggio competitivo. Inoltre, parte integrante dell’apprendimento sarà la discussione di casi aziendali.

Prima parte

* L'azienda come sistema
* La componente personale
* La dinamica mezzi
* Le funzioni aziendali / la componente org.
* Le organizzazioni no profit

.Seconda parte

* Il ruolo dell’azienda non profit nel contesto economico e sociale
* Le differenti tipologie aziendali
* Le relazioni tra l’azienda ed il contesto competitivo
* L’economicità quale obiettivo fondamentale della gestione aziendale
* Le aziende non profit e lo sviluppo del terzo settore
* Le varie tipologie di soggetti non profit
* La classificazione aziendalistica delle non profit
* Le tipologie giuridiche delle imprese del terzo settore
* I caratteri aziendali tipici del mondo non profit
* La funzione raccolta fondi
* I caratteri gestionali delle aziende non profit
* Le differenza gestionali con il mondo profit
* Gli strumenti di gestione: pianificazione, programmazione e controllo
* La valutazione dell’economicità per le aziende non profit
* L’efficacia e l’efficienza quali misuratori del valore dell’impresa
* Il finanziamento nelle aziende non profit

Terza Parte

* Le strategie di marketing
* Gli elementi del marketing mix
* Le campagne di comunicazione sociale
* L’innovazione tramite il web 2.0

Bibliografia:

1. N. Di Cagno, S. Adamo, F. Giaccari, Lineamenti di Economia Aziendale, Cacucci, Bari, 2011 I Parte (cap. 1, 3) II Parte (cap. 2, 3)
2. G. [Fiorentini](http://www.francoangeli.it/ricerca/risultati_autori.asp?codiceAutore=9306) , [F. Calò](http://www.francoangeli.it/ricerca/risultati_autori.asp?codiceAutore=70183) , Impresa sociale & innovazione sociale. Imprenditorialità nel terzo settore e nell'economia sociale: il modello IS&IS, Franco Angeli 2013
3. Materiale didattico a cura del docente sarà disponibile nel sito del corso

2) Conoscenze e abilità da acquisire

Gli studenti acquisiranno conoscenze relative alle dinamiche gestionali ed organizzative interne al sistema delle aziende no profit e di interazione con l’ambiente di riferimento al fine di acquisire competenze ed abilità nella formulazione di adeguate strategie competitive.

3) Prerequisiti

Nessuno

4) Docenti coinvolti nel modulo didattico

Prof. Monica Fait

5) Metodi didattici e modalità di esecuzione delle lezioni

Il corso alterna lezioni teoriche con sviluppo di casi aziendali e lavori di gruppo su realtà aziendali reali.

6) Materiale didattico

Slide, video

7) Modalità di valutazione degli studenti

Prova Orale

Per i Frequentanti: Esonero intermedio e prova orale finale così determinata: Partecipazione in aula (10%), Presentazione dei lavori di gruppo sviluppati sul management dell'Azienda non profit (60%), Prova orale sui contenuti trattati in aula (30%)

Modalità di prenotazione dell’esame e date degli appelli

Gli studenti possono prenotarsi per l’esame finale esclusivamente utilizzando le modalità previste dal sistema VOL

Il Docente

Prof. ssa Monica Fait