PROGETTAZIONE E GESTIONE DELLE POLITICHE E DEI SERVIZI

(Università degli Studi)

Insegnamento MANAGEMENT E MARKETING DELLE IMPRESE DEL TERZO SETTORE

GenCod A004658

Docente titolare Paola SCORRANO

Insegnamento MANAGEMENT E MARKETING DELLE IMPRESE DEL

Insegnamento in inglese MANAGEMENT AND MARKETING OF

Settore disciplinare SECS-P/08

Corso di studi di riferimento PROGETTAZIONE E GESTIONE DELLE

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 12.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 72.0

Per immatricolati nel 2021/2022

Erogato nel 2021/2022

Anno di corso 1

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSI COMUNE/GENERICO

Sede

Periodo Primo Semestre

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento https://easyroom.unisalento.it/Orario

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO	Il corso intende fornire le conoscenze di base relative alla gestione delle organizzazioni 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. Particolare attenzione verrà data alle nuove forme di comunicazione quali strategie di marketing necessarie per generare vantaggio competitivo. Parte integrante dell'apprendimento sarà la discussione di casi aziendali.
PREREQUISITI	nessuno
OBIETTIVI FORMATIVI	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. L'apprendimento dei principi aziendali, delle tecniche amministrative, dell'inquadramento legislativo, delle strategie di marketing specifiche di tale settore aziendale fornirà allo studente la capacità di applicare competenze ed abilità in ambiti lavorativi privati del servizio sociale. Attraverso esercitazioni e sviluppo di casi aziendali si stimolerà la capacità di apprendimento dello studente, la realizzazione e presentazione di lavori di gruppo su specifiche tematiche sarà rivolta allo sviluppo delle singole abilità comunicativa e all'acquisizione di una propria autonomia di giudizio.
METODI DIDATTICI	Il corso alterna lezioni teoriche con analisi di casi aziendali e lavori di gruppo su realtà aziendali
MODALITA' D'ESAME	L'esame consiste in una prova orale che verterà sugli argomenti indicati nel programma e avrà come finalità quella di evidenziare la capacità dello studente di porre a sistema i principi aziendali, le tecniche di gestione e le scelte strategiche che l'azienda no profit può trovarsi ad affrontare. Saranno valutati anche i project work realizzati dagli studenti che sceglieranno di frequentare le lezioni.

ALTRE INFORMAZIONI UTILI	Durante il corso delle lezioni il docente fornirà materiale didattico per approfondimenti e per la realizzazione dei lavori di gruppo
PROGRAMMA ESTESO	Introduzione al sistema impresa 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 differenze 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 Bilancio sociale Strategie di marketing Analisi di settore Marketing Mix Segmentazione Posizionamento Comunicazione
TESTI DI RIFERIMENTO	Propersi A., Gestione e bilanci degli enti non profit, Franco Angeli, 2012 (capitoli 1- 2- 3- 4-5-6-7 paragr. 1-2-3) Foglio A., Il marketing non-profit. Strategie e politiche di marketing per associazioni e imprese non profit, Franco Angeli 2015 (cap. 2, cap.3, cap.4 solo parag. 3, cap.5, cap.6 solo parag. 3, cap.7 parag. 1- 2-3-4, cap. 9, cap. 10)