SOCIOLOGIA E RICERCA SOCIALE (LM41)

(Università degli Studi)

Insegnamento MANAGEMENT E MARKETING DELLE IMPRESE DEL TERZO SETTORE

GenCod A004658

Docente titolare MONICA MARIA ELENA FAIT

Insegnamento MANAGEMENT E MARKETING DELLE IMPRESE DEL

Insegnamento in inglese MANAGEMENT AND MARKETING OF

Settore disciplinare SECS-P/08

Corso di studi di riferimento SOCIOLOGIA E RICERCA SOCIALE

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 6.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 45.0

Per immatricolati nel 2017/2018

Erogato nel 2017/2018

Anno di corso 1

Lingua

Percorso SOCIAL DEVIANCE AND CRIME

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	Nessun prerequisito
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 al fine di acquisire competenze ed abilità nella formulazione di adeguate strategie competitive.Il corso alterna lezioni teoriche con sviluppo di casi aziendali e lavori di gruppo su realtà aziendali reali.
METODI DIDATTICI	Il corso alterna lezioni teoriche con sviluppo di casi aziendali e lavori di gruppo su realtà aziendali reali.
MODALITA' D'ESAME	Prova Orale NB: 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%)
ALTRE INFORMAZIONI UTILI	Durante il corso delle lezioni il docente fornirà materiale didattico per approfondimenti e sviluppo dei lavori di gruppo.

PROGRAMMA ESTESO

Le aziende non profit
– La nozione aziendalistica.
– Le diverse tipologie giuridiche.
– La governance degli enti.
– Le imprese sociali.
2. *I sistemi di gestione, programmazione e controllo*
– La gestione negli enti.
– Programmazione e controllo di gestione degli enti non profit.
– La raccolta fondi.
3. *Il sistema delle rilevazioni e il sistema di bilancio*
– Contabilità e bilanci negli enti non profit.
– I bilanci sociali. I bilanci di missione.
4. *La riforma della normativa sul Terzo Settore*
5 ELementi di Marketing delle imprese no profit

TESTI DI RIFERIMENTO

Propersi, A. *Gestione e bilanci degli enti non profit*, Franco Angeli, 2012.

(cap. 1-2-4-5-6-7 solo paragrafi 2 e 3)

Foglio A. Il marketing non-profit. Strategie e politiche di marketing per associazioni e imprese non profit, Franco Angeli 2015

- cap. 3,
- cap. 4 solo parag. da 3.1 a 3.28,
- cap.5
- cap.6 parag. 3 e suoi sotto paragrafi
- cap. 7 parag. 1-2-3-4
- cap.8
- cap. 9 solo paragrafo 5
- cap. 10 parag. 1 (sino a sottoparagrafo 1.3.3.