

# CONSULENZA PEDAGOGICA E PROGETTAZIONE DEI PROCESSI

( - Università degli Studi)

## Insegnamento **MARKETING E MANAGEMENT DEL TERZO SETTORE**

GenCod A003851

**Insegnamento** MARKETING E MANAGEMENT DEL TERZO SETTORE

**Insegnamento in inglese** Third Sector Marketing and Management

**Settore disciplinare** SECS-P/08

**Corso di studi di riferimento** CONSULENZA PEDAGOGICA E PROGETTAZIONE DEI PROCESSI

**Tipo corso di studi** Laurea Magistrale

**Crediti** 6.0

**Ripartizione oraria** Ore Attività frontale: 36.0

**Per immatricolati nel** 2017/2018

**Erogato nel** 2018/2019

**Anno di corso** 2

**Lingua** ITALIANO

**Percorso** PERCORSO COMUNE

**Docente** Oronzo TRIO

**Sede**

**Periodo** Secondo Semestre

**Tipo esame** Orale

**Valutazione** Voto Finale

**Orario dell'insegnamento**

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

### BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso si propone di fornire gli strumenti attraverso i quali gestire e condurre con un approccio di marketing le organizzazioni operanti nell'ambito del cosiddetto *terzo settore o non profit*.

### OBIETTIVI FORMATIVI

L'obiettivo è in primo luogo quello di illustrare le principali metodologie di analisi dei mercati e dei settori "*profit*" al fine di verificarne l'applicabilità alle organizzazioni non lucrative.

Vengono preliminarmente forniti concetti e strumenti teorici ed applicativi del marketing aziendale: da un lato presentando gli elementi di base della disciplina, dall'altro declinandoli in strategie e attività.

L'obiettivo fissato non consiste nella semplice trasposizione alla gestione delle organizzazioni non profit delle tecniche di marketing sviluppate per le aziende, quanto piuttosto nella rivisitazione dei tradizionali strumenti e nella loro declinazione rispetto all'ambito sociale di riferimento.

Attraverso il corso si tenta di dare una collocazione specifica alle tematiche che caratterizzano l'offerta e la domanda sociale per gestire in maniera concreta l'approccio del mercato sociale.

### MODALITA' D'ESAME

L'esame consiste in una prova orale

### PROGRAMMA ESTESO

1. Fondamenti di marketing aziendale
2. Il mercato sociale
3. Il marketing non profit
4. Conoscere per agire: la ricerca di marketing
5. La segmentazione del mercato non profit
6. Posizionamento dell'impresa sociale e della sua offerta e combinazione di marketing mix
7. La politica di fundraising
8. La politica di comunicazione, di promozione e di web marketing
9. Il controllo
10. Il marketing management e l'organizzazione nel non profit

---

## TESTI DI RIFERIMENTO

1. Oronzo Trio (a cura di): *“Strumenti e percorsi di marketing aziendale e del territorio”*(cap. 1). Franco Angeli, 2014
2. Antonio Foglio : *“Il marketing non profit. Strategie e politiche di marketing per associazioni e imprese non profit”* (esclusi i capitoli 1, 7, 8, 11 e 14). Franco Angeli, 2015.