

# 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** 2018/2019

**Erogato nel** 2019/2020

**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*.

### PREREQUISITI

Nessuno

### OBIETTIVI FORMATIVI

Al termine del corso, lo studente acquisirà la capacità di applicare le principali metodologie di marketing analitico, di segmentazione e di posizionamento nell'ambito del terzo settore, unitamente ai principali strumenti del marketing operativo applicabili al particolare contesto di riferimento.

Lo studente inoltre maturerà autonomia di giudizio nell'interpretazione dei dati inerenti i flussi di domanda, le tendenze del mercato, l'evoluzione dei gusti, le strategie competitive degli enti del terzo settore.

Acquisirà altresì la le abilità necessarie all'applicazione degli strumenti e dei metodi di analisi nelle organizzazioni complesse del terzo settore con ruoli di marketing manager.

Saprà apprendere, analizzare, illustrare e presentare casi studio a seguito di esercitazioni e focus Group appositamente organizzati

### METODI DIDATTICI

Le lezioni si terranno prevalentemente in modalità frontale e saranno integrate da casi di studio e seminari di approfondimento tenuti da esperti operanti nei vari campi indagati.

### MODALITA' D'ESAME

L'esame consiste in una prova orale

---

## APPELLI D'ESAME

3 giugno 2020 - ore 9.00  
18 giugno 2020 - ore 9.00  
9 luglio 2020 - ore 9.00  
4 settembre 2020 - ore 9.00  
29 settembre 2020 - ore 9.00

---

## ALTRE INFORMAZIONI UTILI

---

## 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.
3. Materiale integrativo distribuito in aula dal docente durante il corso