CONSULENZA PEDAGOGICA E PROGETTAZIONE DEI PROCESSI

(Università degli Studi)

Insegnamento MARKETING E MANAGEMENT DEL TERZO SETTORE

GenCod A003851

Docente titolare Oronzo TRIO

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:

Per immatricolati nel 2018/2019

Erogato nel 2019/2020

Anno di corso 2

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSO COMUNE

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

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

