

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: 36.0

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