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 2020/2021

Erogato nel 2021/2022

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	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 organizzazione 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
APPELLI D'ESAME	30/6/2022 - ore 9 19/7/2022 - ore 9 13/9/2022 - ore 9 24/10/2022 - ore 9

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. Dispense distribuite dal docente