

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 2024/2025

Erogato nel 2024/2025

Anno di corso 1

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 fornisce una comprensione approfondita dei principi del marketing applicati alle organizzazioni non profit. Attraverso lo studio del comportamento dei consumatori, delle strategie di marketing sociale e della comunicazione efficace con donatori e volontari, gli studenti acquisiranno competenze fondamentali per promuovere la missione sociale delle organizzazioni. Il corso copre inoltre l'uso dei social media, del crowdfunding e delle tecniche di fundraising, con un focus sulla digitalizzazione. Verranno trattati anche gli aspetti normativi e fiscali della riforma del Terzo Settore e la rendicontazione delle attività degli enti non profit (

PREREQUISITI

Non è richiesto il possesso di alcun prerequisito

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

- - **Lezioni frontali:** Esposizione dei concetti teorici fondamentali (marketing aziendale, ambiente di marketing, comportamento del consumatore, marketing per il non profit) e delle normative di riferimento (riforma del Terzo Settore, fiscalità degli ETS).
 - **Lettura di articoli scientifici e testi:** Approfondimento della teoria e discussione in aula di casi studio di organizzazioni non profit.
- - **Esercitazioni pratiche:** Gli studenti saranno coinvolti in simulazioni e lavori di gruppo per sviluppare piani di marketing operativo e campagne di engagement per il non profit, con focus su fundraising, social media e crowdfunding.
 - **Analisi di casi studio:** Valutazione critica di strategie di marketing sociale e fundraising adottate da enti del terzo settore, con applicazione diretta delle conoscenze teoriche.
- - **Discussioni e dibattiti in aula:** Gli studenti saranno chiamati a valutare le scelte strategiche delle organizzazioni non profit e a proporre soluzioni innovative basate su elementi teorici e pratici.
 - **Progetti individuali o di gruppo:** Realizzazione di piani di marketing per enti del terzo settore, con focus sulla brand identity, digitalizzazione e gestione delle relazioni con gli stakeholders.
- - **Presentazioni orali:** Gli studenti esporranno i propri progetti di marketing o fundraising a gruppi di lavoro e al docente, con l'obiettivo di migliorare le capacità di comunicazione e di engagement.
 - **Scrittura di report:** Elaborazione di relazioni scritte su attività di marketing e rendicontazione delle attività svolte durante le esercitazioni.
- - **Apprendimento autonomo:** Studio e approfondimento individuale di materiali forniti dal docente, utilizzo di piattaforme digitali e risorse online per ampliare le conoscenze su temi come il web e i social media nel fundraising.
 - **Ricerca e aggiornamento:** Selezione di fonti aggiornate su temi rilevanti come la riforma del Terzo Settore e le tecniche di marketing digitale.

MODALITA' D'ESAME

L'esame consisterà in una prova orale

PROGRAMMA ESTESO

Fondamenti di marketing aziendale
L'ambiente di marketing
Il comportamento del consumatore e i suoi bisogni
L'approccio strategico al marketing
Il marketing operativo
Quale marketing per il non profit?
Comunicare nel non profit
Strategie di marketing sociale: come promuovere la missione sociale
Brand identity e reputazione nelle organizzazioni non profit- Comunicazione con i donatori e volontari: strategie di engagement
Digitalizzazione e social media nella promozione delle attività del terzo settore
Gestione delle relazioni con i donatori e con gli stakeholders
Crowdfunding e altre forme di engagement del pubblico
Strategie e tecniche per il fundraising
Web e social media per il fundraising
La riforma del Terzo Settore
La rendicontazione degli ets
La fiscalità degli ets

TESTI DI RIFERIMENTO

I testi di riferimento saranno comunicati prima dell'inizio delle lezioni.