

# PROGETTAZIONE E GESTIONE DELLE POLITICHE E DEI SERVIZI

(Università degli Studi)

## Insegnamento MANAGEMENT E MARKETING DELLE IMPRESE DEL TERZO SETTORE

GenCod A004658

**Docente titolare** MONICA MARIA ELENA FAIT

**Insegnamento** MANAGEMENT E MARKETING DELLE IMPRESE DEL

**Insegnamento in inglese** MANAGEMENT AND MARKETING OF

**Settore disciplinare** SECS-P/08

**Corso di studi di riferimento** PROGETTAZIONE E GESTIONE DELLE

**Tipo corso di studi** Laurea Magistrale

**Crediti** 12.0

**Ripartizione oraria** Ore Attività frontale: 72.0

**Per immatricolati nel** 2020/2021

**Erogato nel** 2020/2021

**Anno di corso** 1

**Lingua** ITALIANO

**Percorso** PERCORSI COMUNE/GENERICO

**Sede**

**Periodo** Primo Semestre

**Tipo esame** Orale

**Valutazione** Voto Finale

**Orario dell'insegnamento**

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

### BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

L'insegnamento mira in primo luogo a fornire allo studente le conoscenze minime di base relative alla gestione delle aziende. Tali nozioni verranno, poi, declinate con specifico riferimento alle differenti tipologie operanti nel Terzo settore, inquadrando sia nel contesto manageriale che giuridico di appartenenza. Il percorso prevede, in particolare, una prima fase in cui verranno trattati argomenti di economia aziendale propedeutici alla comprensione di modelli gestionali specifici, quindi una fase di approfondimento delle tematiche specifiche del terzo settore anche attraverso la discussione di casi aziendali e lavori progettuali.

### PREREQUISITI

Trattandosi di attività di primo anno, non sono previsti prerequisiti aggiuntivi rispetto a quelli occorrenti per iscriversi al corso di laurea, né propedeuticità

---

## OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso di Management impartisce una conoscenza dei fondamenti del terzo settore e dei suoi istituti che maggiormente intersecano l'agire degli Assistenti Sociali con ruolo manageriale sia nel pubblico che nel privato. Fornisce le chiavi di lettura di specifiche tematiche gestionali inerenti in modo specifico il privato sociale. Si intende altresì fornire conoscenza e comprensione delle problematiche connesse con il governo dell'impresa, la gestione ed il controllo a livello delle singole aree funzionali. Particolare attenzione è data alle nuove forme di comunicazione quali strategie di marketing necessarie per generare vantaggio competitivo. Gli studenti acquisiranno competenze ed abilità nella formulazione di adeguate strategie competitive. Attraverso lo studio dei modelli gestionali lo studente può acquisire capacità di analisi delle problematiche aziendali, di formazione e analisi dei documenti gestionali, valutazione della complessità economico – finanziaria e patrimoniale delle aziende, attitudine al *problem solving*. L'autonomia di giudizio potrà essere perseguita attraverso la lettura di paper accademici, documenti di bilancio di esercizio che bilanci sociali, case history di social innovation etc. Lo studente apprende attraverso il corso a comunicare e sintetizzare in forma scritta e orale informazioni relative alla gestione delle imprese sociali, alla formulazione di strategie ed all'applicazione di metodi analitici dei dati.

Si mira ad un apprendimento critico, mediante esercitazioni, case history, ricerche qualitative e quantitative ed analisi dei dati.

---

## METODI DIDATTICI

La didattica verrà erogata in prevalenza con lezioni frontali a cui saranno affiancate esercitazioni, predisposizione di lavori di gruppo/individuali su specifici argomenti, seminari tenuti da esperti della materia. Ciò al fine di consentire la maturazione di competenze e skills basati su autonomia di giudizio, abilità comunicative e applicative, capacità di analisi dei dati essenziali per ricoprire ruoli dirigenziali.

---

## MODALITA' D'ESAME

L'esame si svolge in forma orale alla fine del corso. Il colloquio intende accertare mediante quesiti i concetti basilari della materia e l'autonomia applicativa nell'ambito del ruolo dirigenziale nell'ambito sociale. La capacità comunicativa e la padronanza del linguaggio manageriale influisce sull'attribuzione del punteggio finale nella forbice da 18 a 30.

Nell'ambito del corso saranno trattate ed approfondite le seguenti tematiche:

- Il ruolo dell'azienda nel contesto economico e sociale
- Le differenti tipologie aziendali
- Le relazioni tra l'azienda ed il contesto competitivo
- L'economicità quale obiettivo fondamentale della gestione aziendale
- Le aziende non profit e lo sviluppo del terzo settore
- Le varie tipologie di soggetti non profit
- La classificazione aziendalistica delle non profit
- Le tipologie giuridiche delle imprese del terzo settore
- I caratteri aziendali tipici del mondo non profit
- La funzione raccolta fondi
- I caratteri gestionali delle aziende non profit
- Le differenze gestionali con il mondo profit
- Gli strumenti di gestione: pianificazione, programmazione e controllo
- L'efficacia e l'efficienza quali misuratori del valore dell'impresa
- Il finanziamento nelle aziende non profit
- Il controllo dei costi nelle aziende non orientate al profitto
- L'assetto organizzativo e di governance
- Il controllo esterno sugli enti
- Strategie e politiche di marketing.
- Piano Marketing
- Marketing Mix

Il docente si riserva di prevedere per gli studenti frequentanti almeno il 70% delle lezioni, la possibilità di svolgere un esonero intermedio volto ad accertare l'apprendimento delle competenze di base a cui seguirà nel colloquio finale la presentazione di lavori di gruppo/individuali sviluppati con l'obiettivo di valutare l'apprendimento dei contenuti operativi del corso.

---

## APPELLI D'ESAME

4-9-2020  
29-09-2020

---

## ALTRE INFORMAZIONI UTILI

Durante il corso delle lezioni il docente fornirà materiale didattico per approfondimenti e sviluppo dei lavori di gruppo

---

## PROGRAMMA ESTESO

Nell'ambito del corso saranno trattate ed approfondite le seguenti tematiche:

- Il ruolo dell'azienda nel contesto economico e sociale
- Le differenti tipologie aziendali
- Le relazioni tra l'azienda ed il contesto competitivo
- L'economicità quale obiettivo fondamentale della gestione aziendale
- Le aziende non profit e lo sviluppo del terzo settore
- Le varie tipologie di soggetti non profit
- La classificazione aziendalistica delle non profit
- Le tipologie giuridiche delle imprese del terzo settore
- I caratteri aziendali tipici del mondo non profit
- La funzione raccolta fondi
- I caratteri gestionali delle aziende non profit
- Le differenze gestionali con il mondo profit
- Gli strumenti di gestione: pianificazione, programmazione e controllo
- L'efficacia e l'efficienza quali misuratori del valore dell'impresa
- Il finanziamento nelle aziende non profit
- Il controllo dei costi nelle aziende non orientate al profitto
- L'assetto organizzativo e di governance
- Il controllo esterno sugli enti
- Strategie e politiche di marketing.
- Piano Marketing
- Marketing Mix

---

## TESTI DI RIFERIMENTO

Propersi, Gestione e bilanci degli enti non profit, Franco Angeli, 2012 (capitoli 2- 4-5-6-7 paragr. 1-2-3)

Foglio A. Il marketing non-profit. Strategie e politiche di marketing per associazioni e imprese non profit, Franco Angeli 2015 (cap.3, cap.4 solo paragr. da 3.1 a 3.28, cap.5, cap.6 paragr. 3 e suoi sotto paragrafi cap.7 paragr. 1-2-3-4 cap.8 cap. 9 solo paragrafo 5).