

# 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: 90.0

**Per immatricolati nel** 2018/2019

**Erogato nel** 2018/2019

**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

Il corso intende fornire le conoscenze di base relative alla gestione delle organizzazioni del terzo settore. Gli studenti approfondiranno le tematiche gestionali inerenti il governo dell'impresa, la gestione ed il controllo a livello delle singole aree funzionali. Particolare attenzione verrà data alle nuove forme di comunicazione quali strategie di marketing necessarie per generare vantaggio competitivo. Parte integrante dell'apprendimento sarà la discussione di casi aziendali

The course intends to provide basic knowledge on the management of organizations in the third sector. Students will deepen the management issues related to corporate governance, management and control. Particular attention will be given to new forms of communication such as marketing strategies needed to generate competitive advantage. An integral part of learning will be the discussion of business cases.

### PREREQUISITI

NESSUNO

### OBIETTIVI FORMATIVI

Gli studenti acquisiranno conoscenze relative alle dinamiche gestionali ed organizzative interne al sistema delle aziende no profit e di interazione con l'ambiente di riferimento al fine di acquisire competenze ed abilità nella formulazione di adeguate strategie competitive.

### METODI DIDATTICI

Il corso alterna lezioni teoriche con sviluppo di casi aziendali e lavori di gruppo su realtà aziendali reali.

### MODALITA' D'ESAME

Prova Orale

NB: Per i Frequentanti: Esonero intermedio e prova orale finale così determinata: Partecipazione in aula (10%), Presentazione dei lavori di gruppo sviluppati sul management dell'Azienda non profit (60%), Prova orale sui contenuti trattati in aula (30%)

---

## PROGRAMMA ESTESO

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  
La valutazione dell'economicità per le aziende non profit  
L'efficacia e l'efficienza quali misuratori del valore dell'impresa  
Il finanziamento nelle aziende non profit  
Bilancio sociale  
Strategie di marketing  
Analisi di settore  
Marketing Mix  
Segmentazione  
Posizionamento  
Comunicazione

---

## TESTI DI RIFERIMENTO

Propersi, Gestione e bilanci degli enti non profit, Franco Angeli, 2012 (capitoli 2- 4-5-6-7 paragr. 1-2-3)  
Fait M. – Gravili G. (2016) Social Recruitment in Hrm: A Theoretical Approach and Empirical Analysis. Emerald Group Publishing. (capitoli 1-3-5)  
Foglio 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).