

# PEDAGOGICAL COUNSELING AND PLANNING OF EDUCATIONAL

(Università degli Studi)

## Teaching Third Sector Marketing and Management

GenCod A003851

Owner professor Oronzo TRIO

**Teaching in italian** MARKETING E MANAGEMENT DEL TERZO SETTORE

**Teaching** Third Sector Marketing and Management

**SSD code** SECS-P/08

**Reference course** PEDAGOGICAL COUNSELING AND PLANNING OF

**Course type** Laurea Magistrale

**Credits** 6.0

**Teaching hours** Front activity hours: 36.0

**For enrolled in** 2024/2025

**Taught in** 2024/2025

**Course year** 1

**Language** ITALIAN

**Curriculum** PERCORSO COMUNE

**Location**

**Semester** Second Semester

**Exam type** Oral

**Assessment** Final grade

**Course timetable**

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

### BRIEF COURSE DESCRIPTION

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 (

### REQUIREMENTS

Non è richiesto il possesso di alcun prerequisito

### COURSE AIMS

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

---

## TEACHING METHODOLOGY

- - **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.

---

## ASSESSMENT TYPE

L'esame consisterà in una prova orale

---

## FULL SYLLABUS

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

---

## REFERENCE TEXT BOOKS

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