



Martedì 18 Febbraio 2014

[» DPG](#) [» DPSS](#) [» DPA](#) [» BIBLIOTECA](#) [» SICI](#) [» LIRIPAC](#) [» TUTORATO](#) [» SAP](#) [» TIROCINI](#)

Area riservata ai docenti

Utente Password

[» Entra](#)  
[» Problemi di password](#)

[Psicologia](#)

[Offerta formativa 2012/2013](#)

[Offerta formativa 2011/2012](#)

[Offerta formativa 2010/2011](#)

[Offerta formativa 2009/2010](#)

[Offerta formativa 2008/2009](#)

- [» Lauree triennali N.O DM 270/04](#)
- [» Lauree magistrali N.O DM 270/04](#)
- [» Lauree triennali V.O DM 509/99](#)
- [» Laurea triennale a distanza - Nettuno V.O DM 509/99](#)
- [» Lauree triennali Interfacoltà](#)
- [» Scuole di specializzazione](#)

[Organizzazione e strutture](#)

[Studiare a psicologia](#)

[Personale](#)

[Comunicazioni](#)

[Documenti online](#)

[Link Utili](#)

[Scuole di specializzazione](#)

[Bandi](#)

[Home](#) / [Offerta formativa](#) / Marketing sociale, comunicazione e cambiamento

## MARKETING SOCIALE, COMUNICAZIONE E CAMBIAMENTO

M-PSI/06, 1 anno, 8 crediti, Curricula/Percorsi [ 1,2,3 ]

Corsi di laurea / indirizzi:

> Lauree magistrali N.O DM 270/04 / [Psicologia sociale, del lavoro e della comunicazione \(M-3\)](#)

Prof. De Carlo Nicola

### Obiettivi formativi

Il corso finalizzato ad approfondire i temi relativi agli obiettivi, alle strategie e alle tecniche del marketing sociale, alla promozione e all'incremento - mediante idonee attività di comunicazione interpersonale e collettiva - del cambiamento e dello sviluppo sia delle persone che delle organizzazioni. Ci in una prospettiva di rapporto personalizzato, di ascolto e di condivisione, di sostenibilità di responsabilità sociale d'impresa, di etica del lavoro e delle relazioni.

### Prerequisiti

Sono richieste le conoscenze di base acquisibili, per coloro che non avessero sostenuto l'esame, attraverso lo studio del materiale didattico previsto nel corso "Tecniche di Ricerca di Mercato", del secondo anno della laurea triennale in Scienze Psicologiche Sociali e del Lavoro.

### Contenuti

L'evoluzione del marketing sociale e le prospettive teoretiche ed applicative.  
Elementi di comunicazione e risultati attesi sulla base di valori, etica, responsabilità , sostenibilità , bisogni individuali e collettivi.  
Centralità della persona nell'ascolto e nel cambiamento, nella qualità del servizio e per l'efficienza dell'organizzazione.

### Testi di riferimento

- 1) Kotler, P., Lee, N. R. (2008). "Social Marketing". Sage publications, Thousand Oaks, California. Oppure  
Tamburini, S. (1996). "Marketing e Comunicazione Sociale". Lupetti editore, Milano.
- 2) Cerana, N. (2004). "Comunicare la responsabilità sociale. Teorie e modelli d'eccellenza". FrancoAngeli, Milano.
- 3) De Carlo, N. A., Faa, G., Rutelli, P. (2008). "Umanizzazione e professione sanitaria". FrancoAngeli, Milano.

Letture consigliate:

Yunus, M. (2007). Il banchiere dei poveri. Milano: Feltrinelli.

### Metodi di insegnamento e modalità esame

Le lezioni vertono sui contenuti indicati e vengono affiancate da discussioni e approfondimenti. Sono inoltre previste esercitazioni sugli aspetti applicativi delle teorie e sulla progettazione/realizzazione di indagine empiriche. La prova d'esame pu essere orale o scritta, con eventuale integrazione orale.

### Didattica integrativa e laboratori

L'eventuale didattica integrativa verr concordata durante il corso, sulla base delle necessità e degli interessi riscontrati.

### COMUNICAZIONI AGLI STUDENTI (a cura del docente)

Nessuna comunicazione disponibile.

**yweb**  
Copyright 2000