



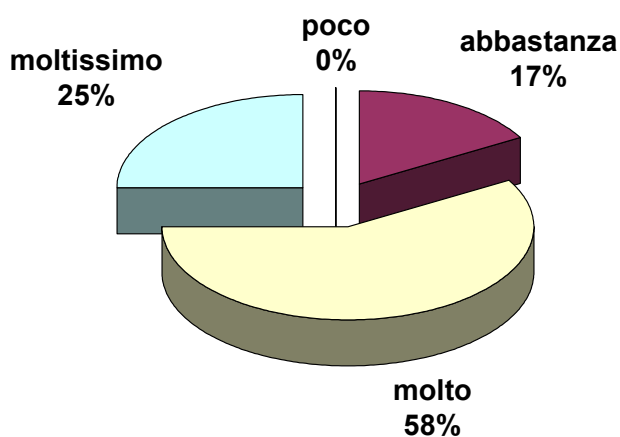
ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI BOLOGNA  
Facoltà di Lettere e filosofia - Corso di laurea specialistica in  
**Scienze della comunicazione pubblica, sociale e politica**

## LABORATORIO DI MARKETING SOCIALE

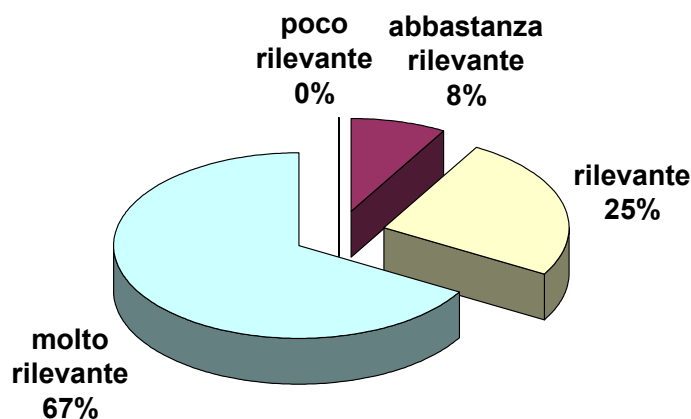
### Risultati del questionario di gradimento

#### GLI ARGOMENTI TRATTATI:

1. Gli argomenti trattati sono stati interessanti?

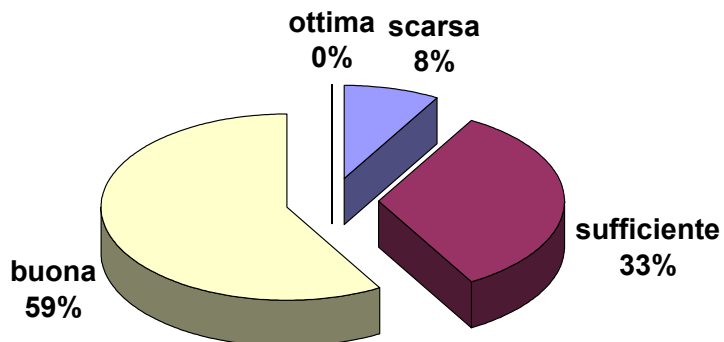


2. Come valuta la rilevanza degli argomenti trattati rispetto ai suoi bisogni formativi?

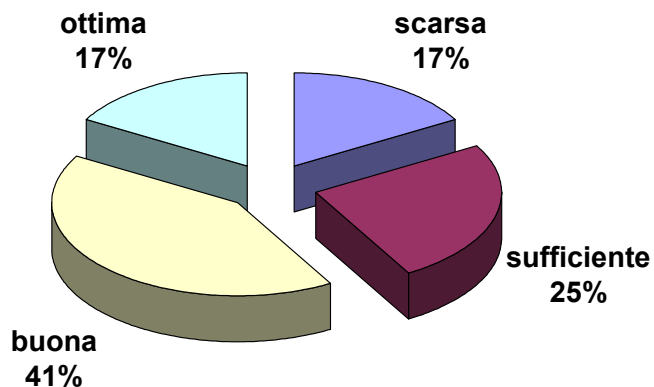


## IL DOCENTE:

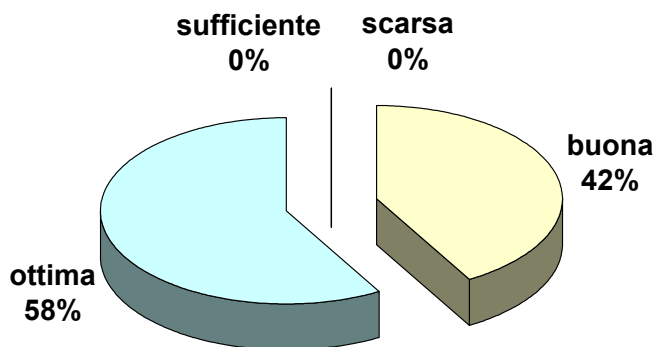
### 3. Come giudica l'efficacia espositiva del docente?



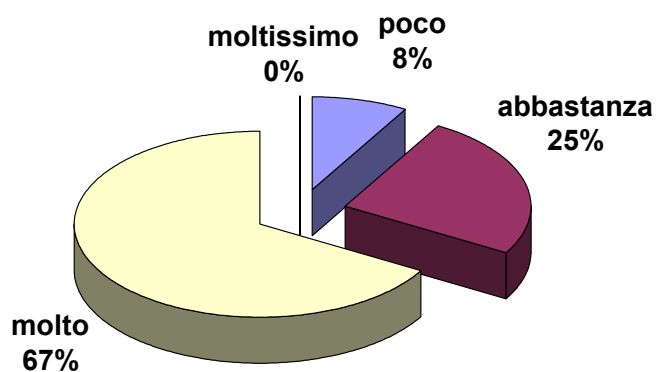
### 4. Come giudica la chiarezza espositiva del docente?



### 5. Come giudica l'attenzione del docente alle esigenze dei partecipanti?

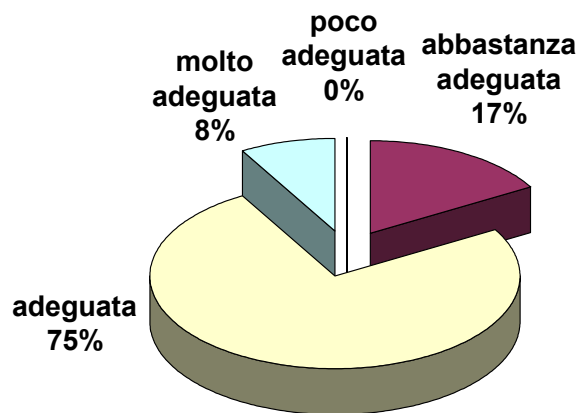


### 6. Il docente ha creato un clima d'aula stimolante?



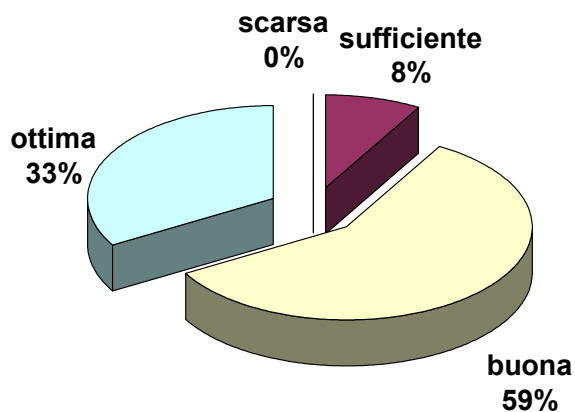
## LA METODOLOGIA:

7. Come le è sembrata la metodologia utilizzata per questo corso?

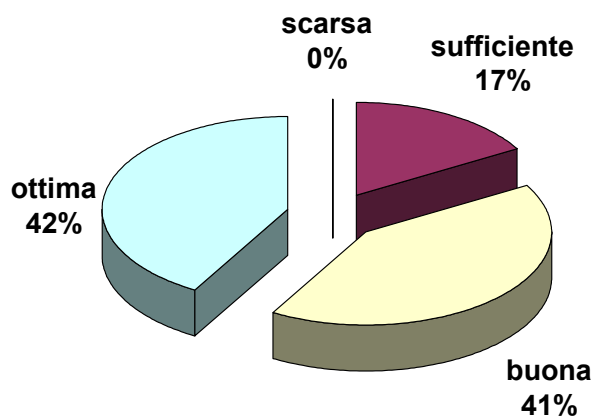


## IL MATERIALE DIDATTICO:

8. Come giudica la quantità del materiale didattico fornito?

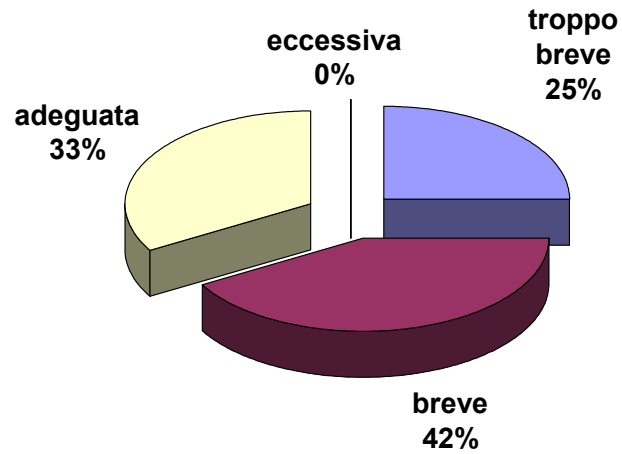


9. Come giudica la qualità del materiale didattico fornito?

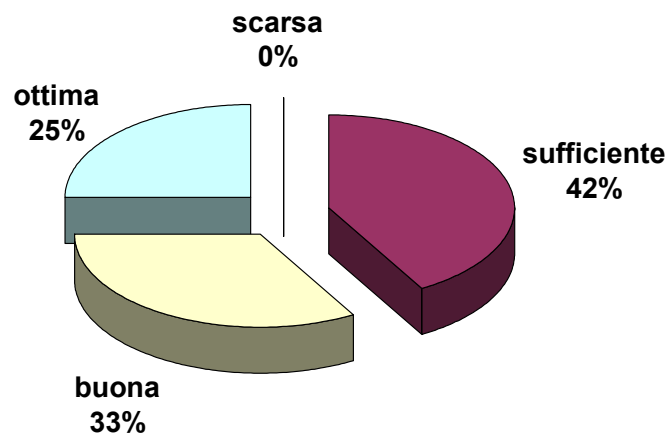


## L'ORGANIZZAZIONE:

10. Come giudica la durata del corso in rapporto agli argomenti trattati?

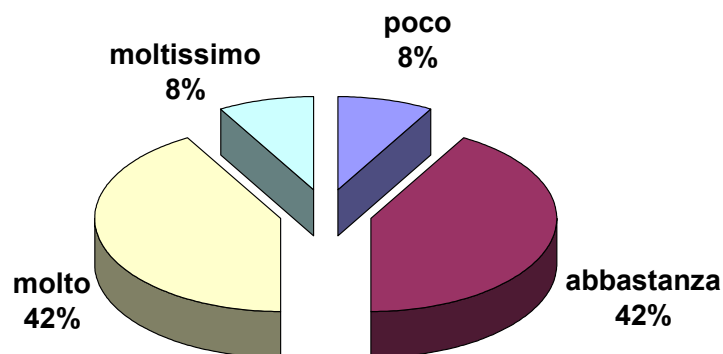


11. Come giudica gli aspetti relativi all'organizzazione delle aule e delle strumentazioni utilizzate?

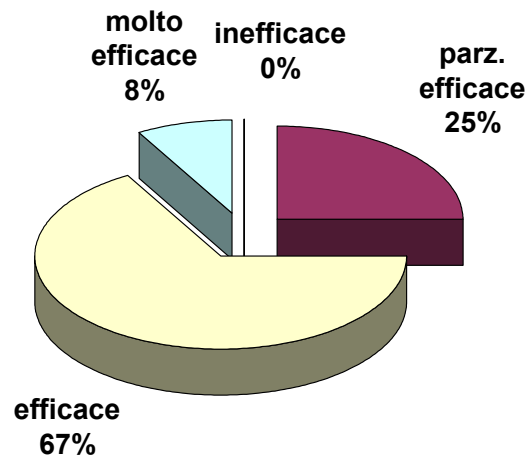


## GIUDIZIO COMPLESSIVO:

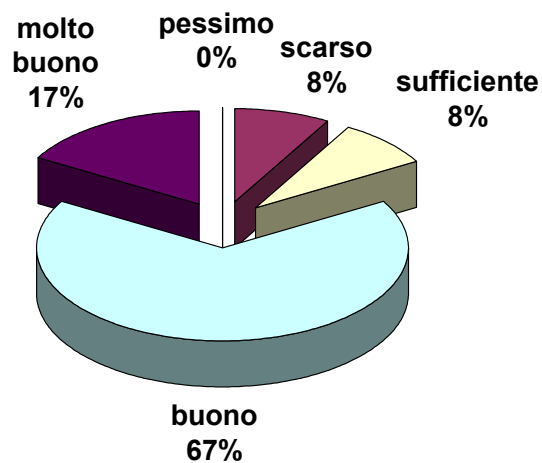
12. Il Laboratorio di Marketing Sociale ha soddisfatto le sue aspettative?



13. Come valuta l'efficacia del Laboratorio di Marketing Sociale per la sua formazione?



14. Com'è stato il suo gradimento complessivo?



## **15. Dopo aver frequentato le attività del Laboratorio, è cambiato il suo concetto di che cos'è il marketing sociale, rispetto alla definizione che ha fornito all'inizio del corso? Se sì, in che modo?**

- Ho capito che gli strumenti del mkt tradizionale non possono essere semplicemente trasportati nell'ambito del "sociale". Ho capito che quell'etichetta "pubblico" deve stimolare alla responsabilità verso la collettività.
- E' cambiata nel senso che ha arricchito il concetto di punti di vista e fattori caratteristici che all'inizio non avevo considerato a cui non avevo dato l'importanza che hanno dimostrato avere (es. questione etica, collaborazione tra partners, dibattito soddisfazione giusta/ingiusta del cliente ...).
- L'idea di marketing sociale è cambiata, "slegandosi" dal concetto di marketing legato all'Azienda privata (e alla pubblicità). Credo di avere una visione più analitica dopo aver parlato di temi complessi e cruciali, come, per es. il posizionamento.
- Si è modificato perché ho avuto la possibilità di sentire l'esperienza di qualcuno che opera in questo settore da anni.
- Sì, la mia idea all'inizio era molto semplice, invece ora ho capito che il concetto di marketing sociale implica molti aspetti che non avevo mai considerato.
- E' cambiato. Ho più chiare le differenze (e i punti in comune!) col mkt commerciale.
- Avevo già chiari i concetti di base. Mi sono pervenute puntualizzazioni pratiche fatte da chi è del mestiere.
- Cambiato non direi, chiarificato, approfondito nei suoi vari aspetti e applicazioni.
- Il mio concetto di mkt sociale non è cambiato, ma ho migliorato notevolmente le mie competenze in materia. Ho acquisito molte informazioni che mi permettono di poter definire il mkt soc. in maniera più precisa e puntuale.
- Il concetto è rimasto il medesimo, ma è stato problematizzato con alcuni spunti interessanti di riflessione (vedi Medico servo di tre padroni). Molti esempi concreti anche se poco approfonditi.
- Anche se avevo già compreso il cuore del fenomeno, il laboratorio ha contribuito al chiarimento del marketing sociale nella sua complessità nelle sue fasi particolari e soprattutto per gli attori coinvolti.
- No.

## **16. Quali sono stati secondo lei gli aspetti positivi di questa esperienza?**

- Sono venuto più a contatto con la realtà, un insegnamento meno accademico. Ho capito a cosa potrebbe servire cosa sto studiando.
- Trattare un tema così importante come il marketing sociale non in modo astratto e teorico sui libri, ma secondo esperienza concrete, come si lavora in realtà.
- Il riscontro con attività pratiche esistenti (es. lavoro degli studenti della Bocconi ...), l'attività pratica svolta alla fine del corso.
- Il carattere partecipativo della lezione, la grande disponibilità del docente.
- Cominciare ad avere una visione sistematica dei temi trattati e in qualche modo proiettata su problemi e attività reali.
- La possibilità di confrontarci con un professionista del settore e la parte pratica finale che ha permesso di valutare le conoscenze acquisite durante il corso.
- La possibilità di elaborare un progetto mkt personale.
- Ci si è soffermati su problemi effettivi e sulla realtà delle cose.
- Disponibilità e chiarezza del docente e della sua collaboratrice.

- La definizione del concetto di mkt sociale , delle sue espressioni e finalità; l'acquisizione di elementi utili per approfondire l'argomento.
- Molti casi concreti.
- Contatto con chi pratica davvero e in maniera eccellente il marketing sociale. L'attualità della materia, l'attualità dell'operato è un aspetto molto positivo.

### **17. Quali sono stati secondo lei gli aspetti negativi di questa esperienza?**

- Troppo breve e inizialmente oscura avendo appena iniziato la laurea specialistica.
- La durata non è stata sufficiente per una comprensione esauriente e piena delle tematiche in oggetto, serviva più tempo per poter approfondire i tanti spunti proposti.
- La brevità del corso, la marginalità rispetto alle altre attività del Corso di Laurea che ha comportato uno scarso coinvolgimento.
- Troppo poco tempo e di conseguenza mancata possibilità di progetti di gruppo, ulteriore trattazione di argomenti e interazione sugli stessi.
- Il corso era troppo breve e il fatto che fosse bisettimanale ha reso difficoltoso capire la materia.
- Il calendario degli incontri.
- Si è collocato temporalmente in un momento denso di esami ed ho potuto dedicare solo parte del tempo all'attenzione che avrei voluto, all'approfondimento.
- Poco tempo a disposizione.
- Non sono riuscita a comprendere sempre tutti gli aspetti e le interazioni tra gli attori in gioco, non sempre ho compreso la complessità del fenomeno.
- Alcuni punti non chiari a causa degli schemi che a volte non possono essere esaurientemente esplicativi.
- Poca sistematizzazione e chiarezza espositiva.
- Nessuno.

### **18. Suggestimenti, commenti e proposte:**

- Non è stata chiara la consegna per l'elaborato; forse poteva servire un maggior tutoraggio per i lavori di gruppo da costruire insieme passo per passo, per imparare come si fa ad es. un piano di comunicazione sociale.
- Non lasciare passare troppo tempo (2 settimane) fra una lezione e l'altra.
- Il Laboratorio è ben svolto. Consiglierei la stimolazione di un maggior feed-back da parte degli studenti che, non essendoci abituati ed avendo poco tempo, fanno fatica ad approfondire gli argomenti di volta in volta per la lezione successiva.
- Creare un gruppo di lavoro permanente.
- Per i prossimi corsi auspico che vengano svolti nell'arco di un maggior numero di incontri. Sarebbe anche interessante ascoltare un maggior numero di esperti.
- Serve qualche ora in più! Il prog. mkt dovrebbe essere considerato come un esame, non solo 5 crediti: è molto molto molto molto molto faticoso e difficile da preparare!!
- Ho notato una grande quantità di materiale (lucidi soprattutto). Forse bisognerebbe usarne una quantità minore solo con i punti fondamentali.
- Maggiore disponibilità di tempo; più spazio al confronto docente/studente.
- Più chiarezza nell'esposizione.