
Indice

Premessa	pag. 11
1. Il marketing associativo	» 15
1. Breve panorama sull'associazionismo culturale ed educativo	» 16
2. Che cos'è il marketing e in che consiste il marketing associativo	» 17
3. I criteri e gli strumenti per la segmentazione delle associazioni culturali ed educative	» 20
4. L'analisi della popolazione che compone le associazioni	» 22
5. La suddivisione tradizionale delle associazioni educative e culturali, e i possibili nuovi criteri di riferimento	» 23
6. Le finalità del marketing associativo	» 24
7. La rilevazione dei dati delle associazioni e la loro elaborazione	» 25
7.1. Le modalità di rilevazione dei dati	» 26
7.2. L'elaborazione dei dati	» 30
7.3. La rappresentazione dei dati	» 32
7.4. L'interpretazione dei dati	» 32
8. Il marketing associativo e la soddisfazione degli utenti	» 32
2. La forza associativa: differenziazioni, integrazioni e sinergie tra le associazioni culturali ed educative	» 37
1. I vantaggi delle coalizioni nella storia, nell'impresa e nella scienza e cultura	» 38
2. I vantaggi delle coalizioni tra le diverse associazioni culturali ed educative	» 41
3. Alcuni aforismi sulle associazioni e sulle alleanze tra associazioni	» 44

3. L'organizzazione delle associazioni: assetto, ruoli, funzionamento, regole d'azione in relazione alle finalità	pag. 46
1. Cenni introduttivi sulla costituzione e sullo statuto di una associazione	» 46
2. La lettura delle associazioni come sistemi organizzativi	» 48
3. L'organizzazione interna di un'associazione	» 50
4. Il funzionamento degli organi collegiali delle associazioni	» 53
5. Spunti applicativi	» 55
4. L'autonomia economica e finanziaria e le fonti di finanziamento delle associazioni non profit	» 57
1. Lo sviluppo della sensibilità economica nella gestione di un'associazione	» 58
2. La contabilità generale e il bilancio d'esercizio	» 58
3. La contabilità analitica e l'analisi dei costi	» 60
4. Il bilancio preventivo e il controllo di gestione	» 61
5. Dotazioni, fondi e trasparenza	» 63
6. Sintetico glossario amministrativo e finanziario	» 64
7. L'autonomia economica e finanziaria e le fonti di finanziamento delle associazioni non profit	» 67
7.1. Organizzazione di un progetto attraverso la definizione del valore aggiunto sull'evento	» 68
7.2. Ciclo di vita del progetto	» 68
7.3. L'autofinanziamento delle associazioni	» 69
7.4. Le sponsorizzazioni	» 70
8. Il <i>fund raising</i>	» 72
5. Comunicare tramite Internet	» 75
1. Brevissima storia di Internet	» 76
2. La creazione di un sito informatico	» 77
3. Il caso dell'associazione Rinnovamento	» 79
4. Esempi di videate di un sito: l'associazione Rinnovamento	» 81
6. I manager delle associazioni: vocazione o professione?	
1. Scoprire, riconoscere e sviluppare le capacità necessarie per gestire un'associazione	» 86
2. Il profilo del dirigente di un'associazione educativa e culturale	» 93
3. Modalità di rilevazione delle capacità	» 96

7. Un caso di nascita e sviluppo di un'organizzazione no profit: Fondazione Giancarlo Quarta Onlus	pag. 114
Conclusioni	» 123
Appendice. Un nuovo Servizio di Manageritalia destinato ai figli dei dirigenti associati che hanno iniziato un'attività lavorativa "Un Ponte sul Futuro"	» 127