



FACOLTÀ DI  
SCIENZE  
DELLA COMUNICAZIONE  
SOCIALE

Università Pontificia Salesiana

# NON PROFIT SOCIAL COMM

MASTER  
DIPLOMA  
UNIVERSITARIO  
DI I LIVELLO

la comunicazione  
sociale per il non profit

SECONDA EDIZIONE



FEBBRAIO 2026



360 ORE DI LEZIONE



ONLINE E IN AULA



## PRESENTAZIONE

La proposta del Diploma Universitario di I livello *Non Profit Social Comm. La comunicazione sociale per il non profit: strategie e strumenti* nasce all'interno della **Facoltà di Scienze della Comunicazione Sociale (FSC)** dell'Università Pontificia Salesiana, attiva dal 1988 e originata attorno ad un'idea "forte" di comunicazione, al servizio dell'uomo e della comunità, intesa come dialogo, partecipazione e costruzione di senso.

Le tematiche sociali, insieme a quelle ambientali, sono oggi al centro della comunicazione. Inoltre, l'emergere di nuovi conflitti sociali, il susseguirsi di emergenze di ogni tipo, l'ampliarsi dei conflitti nel mondo pongono sempre nuove sfide che meritano di essere accolte e affrontate anche dal punto di vista comunicativo.

Non sempre il complesso mondo del non profit può contare su professionalità all'altezza delle nuove esigenze. Per questo è importante formare nuove figure manageriali, che sappiano diffondere – con i dovuti contenuti e le modalità più efficaci – temi che riguardano la sostenibilità economica, sociale e ambientale e il rispetto dei diritti di tutti.

## OBIETTIVI

Il Corso intende guidare i partecipanti al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- apprendere contesti e normative degli ETS;
- saper definire strategie e tecniche di marketing sociale e pubbliche relazioni per la comunicazione, l'informazione e il *fundraising*;
- affinare la sensibilità, la capacità relazionale e l'ascolto per favorire la comunicazione interna ed esterna;
- approfondire i processi di innovazione, originalità, narrazione che accrescono l'impatto nell'ambito della comunicazione di tipo sociale.

## PROFILO PROFESSIONALE E COMPETENZE IN USCITA

Il **manager della comunicazione sociale** è un professionista multidisciplinare che può rivestire ruoli apicali (governance/direzione) o più operativi. È una persona destinata a una crescita di conoscenze, competenze e tecnicità nell'interesse della valorizzazione del contesto entro cui opera.

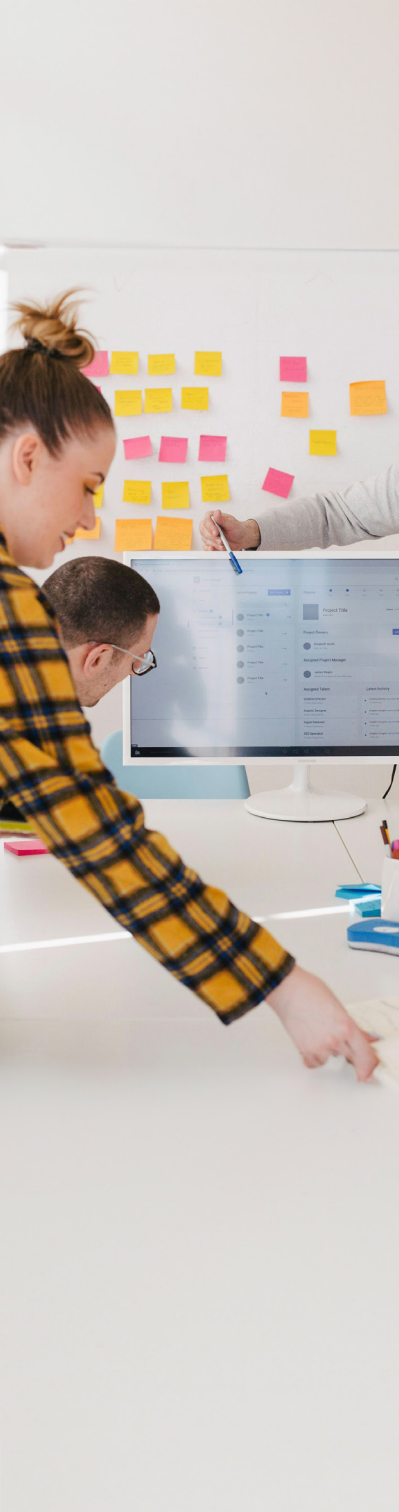
La professionalità che si mira a costruire è quella di una figura che abbia **la responsabilità di dare forma e diffondere l'immagine più autentica** e idonea a promuovere con efficacia la reputazione dell'ente che rappresenta nel lungo termine.

Ha il preciso compito di **comprendere l'ambiente sociale, politico, culturale nel quale opera** – nonché gli aspetti più normativi e tecnici – per contribuire a creare poi quel valore sostenibile che l'ente può rappresentare per gli *stakeholder* ed i diversi pubblici di riferimento, sia interni che esterni, oltre a curare nel tempo i rapporti con i soggetti che sostengono l'operato stesso dell'ente e coloro che ne traggono diretto beneficio.

Il suo raggio di azione è molto ampio, poiché coinvolge **diversi aspetti di comunicazione**: interpersonale, istituzionale, politica, promozionale, interna, degli eventi, media relations, digitale. Altresì diverse sono le dimensioni implicate: dalla gestione delle risorse umane, alla dimensione economica, dal bilancio sociale agli aspetti tecnici e legali.

L'apporto del manager della comunicazione sociale è cruciale **per accrescere visibilità, reputazione e sostentamento dell'ente** grazie ad una sapiente strategia e pianificazione.





## STRUTTURA DEL CORSO

Il Corso è articolato in **5 aree tematiche** che consentono di approfondire la natura e l'identità del settore non profit nel nuovo quadro determinato dalla recente riforma normativa, così come gli approcci creativi e metodologici e le tecniche per la programmazione e la gestione delle diverse funzioni connesse con la comunicazione delle istituzioni non profit e del terzo settore, nonché per la creazione di contenuti.

L'articolazione dei temi si concretizza in forma di **lezioni d'aula, laboratori e un project work proposto dai numerosi enti partner del master**, tutte modalità centrate sulla connessione costante tra aspetti teorici e dimensioni applicative.

Le stesse lezioni d'aula sono, dunque, costruite in modo da valorizzare **l'esperienza dei partecipanti e il lavoro su casi concreti**, anche mediante il ricorso a simulazioni e *case studies*, nonché mediante la messa in gioco dell'esperienza diretta dei docenti, nella loro duplice veste di studiosi e contemporaneamente di professionisti del settore.

Complessivamente sono previste attività formative per 60 ECTS (1500 ore), articolate come segue:

ATTIVITÀ FORMATIVE	ORE	ECTS
Lezioni, testimonianze e laboratori in presenza	184	23
Lezioni online sincrone	108	13
Lezioni online asincrone	72	9
Project Work	250	10
Elaborato finale	125	5
Studio individuale	765	//
<b>TOTALE</b>	<b>1.500</b>	<b>60</b>



## AREE TEMATICHE

### Area 1: SCENARIO E ANALISI DI CONTESTO DEL NON PROFIT E DELLA COMUNICAZIONE SOCIALE

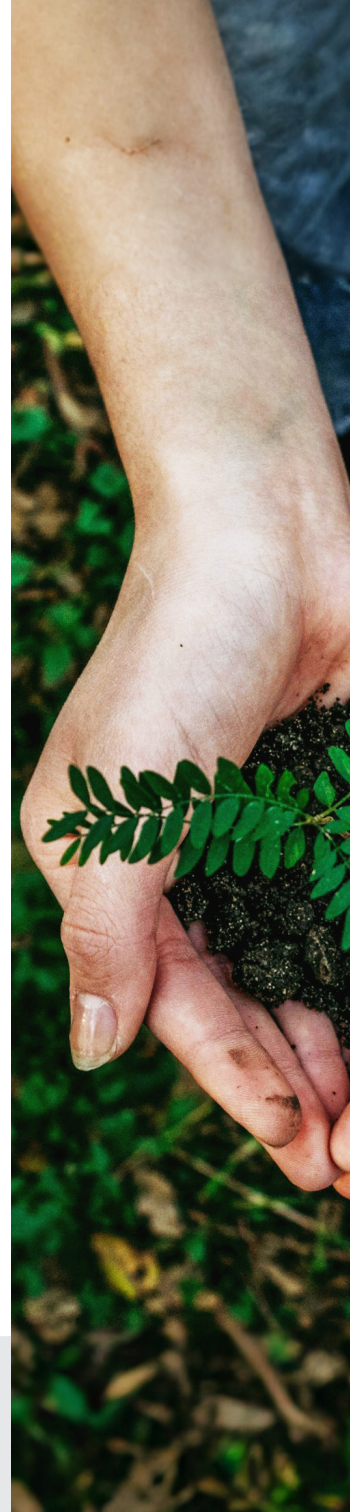
1. Identità del Settore non profit e del Terzo settore dopo la riforma
2. ETS come organizzazioni a movente ideale. I valori del terzo settore di cui aver cura nella comunicazione
3. Terzo settore e Pubblica amministrazione
4. Relazioni pubbliche e Terzo settore: stakeholder e pubblici
5. Introduzione alla comunicazione sociale (istituzionale, sociale, *fundraising*)

### Area 2: STRATEGIE E STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE SOCIALE

6. Identità e immagine, tra reputazione e credibilità; Marketing non profit essentials: posizionamento, branding, segmentazione, targeting, pianificazione
7. Creatività e storytelling
8. Gli strumenti e le tecniche per la creazione e la diffusione della comunicazione sociale
9. Il piano di comunicazione crossmediale
10. Public speaking e soft skills

### Area 3: FUNDRAISING, COMUNICAZIONE SOCIALE E BUDGETING

11. Fundraising design, mercati, strumenti e strategie
12. Digital fundraising, crowdfunding e AI per il fundraising
13. Le campagne di fundraising
14. Budgeting per il fundraising e la comunicazione





#### Area 4: INFORMAZIONE, COMUNICAZIONE E MEDIA RELATION

- 15. Informazione e comunicazione per il Terzo Settore: ufficio stampa
- 16. Informazione sui diritti umani: scenari e narrazioni
- 17. Gestire un ufficio stampa

#### Area 5: ENGAGEMENT E INNOVAZIONE NELLA COMUNICAZIONE

- 18. Empowerment delle risorse umane, leadership, partecipazione
- 19. Growth hacking e intelligenza artificiale al servizio del Terzo Settore e della comunicazione
- 20. Le metriche della comunicazione sociale e la ricerca

### PROJECT WORK

Consiste in un progetto di comunicazione sociale proposto da uno dei diversi partner coinvolti. Si svolgerà in modalità comunitaria, attraverso piccoli gruppi di lavoro, e prevederà precisi step seguiti dal committente e dal tutor, costantemente supervisionati dai docenti di riferimento.

### ELABORATO FINALE

Al termine delle attività di project work il corsista stenderà un elaborato finale, finalizzato ad una descrizione critica e scientificamente fondata dell'esperienza svolta. Tra gli altri aspetti, dovranno essere rappresentate adeguatamente le premesse teoriche, il contesto organizzativo, gli obiettivi perseguiti, i metodi e le tecniche adottate, le attività svolte e i risultati raggiunti.

L'elaborato dovrà rispondere ai criteri redazionali di una tesina.



## DESTINATARI

Il Master è dedicato alla formazione e all'aggiornamento di **persone che desiderano lavorare o che già operano negli Enti di Terzo Settore e non profit**: organizzazioni di volontariato, associazioni di promozione sociale, fondazioni ed enti filantropici, cooperative e imprese sociali, organizzazioni non governative e senza fini di lucro, amministrazioni pubbliche, enti e istituzioni scolastiche e universitarie, enti religiosi, associazioni di categoria e sindacati.

## REQUISITI DI AMMISSIONE

Il requisito minimo di ammissione al Corso è il titolo di Laurea triennale/Baccalaureato in uno dei seguenti ambiti di studio:

- Scienze della Comunicazione L20
- Scienze dell'Educazione / Pedagogia L19
- Psicologia L24
- Scienze Sociologiche L40
- Scienze del Servizio Sociale L39
- Lettere e Filosofia L10 L05
- Mediazione Culturale o Linguistica e Culturale L12
- Social Design L04
- Marketing L18
- Classi di laurea differenti dalle precedenti, previa valutazione del *curriculum vitae et studiorum*.



### POSTI

min 17 - max 35



### INIZIO LEZIONI

13 febbraio 2026

È prevista l'ammissione di un numero limitato di studenti (massimo 4) non in possesso di titolo di laurea, ma che abbiano maturato un'esperienza lavorativa nel settore della comunicazione e/o negli enti di Terzo Settore.

I laureandi possono essere iscritti al corso.

L'iscrizione resta subordinata alla valutazione dell'idoneità del titolo di studio posseduto da parte del Comitato Scientifico ai soli fini dell'ammissione al corso.

## MODALITÀ

Il Corso si svolge **online e in presenza**, presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione Sociale dell'Università Pontificia Salesiana a Roma.

La formula mista (50% in presenza e 50% online) incontra le esigenze di quanti sono già impegnati, per studio o lavoro, senza rinunciare alla possibilità di creare una comunità, orientata al bene comune, che si arricchisce grazie a momenti di vivo scambio e condivisione di esperienze e prospettive.

Una formula che, secondo lo spirito salesiano, salvaguarda l'accoglienza e il benessere di ciascun partecipante, tutelando le dinamiche di gruppo e di apprendimento.

## TEMPI E COSTI

Il Master ha la durata di **un anno**, con **inizio a febbraio 2026**, per un totale di 360 ore di lezioni e laboratori, 250 ore destinate ad un project work da svolgersi per una delle organizzazioni partner del progetto, e da un elaborato finale (tesina).

**Il costo è di € 3.700 + € 100 iscrizione + € 100 diploma.**

Da versare secondo le seguenti modalità:

€ 1.200 all'iscrizione + 5 rate da € 540.

Per chi si iscrive **entro il 9 gennaio 2026** è prevista una particolare agevolazione: **€ 2.950€ + € 100 iscrizione + € 100 diploma.**

€ 1.350 all'iscrizione + 4 rate da € 450.



Il Master è presente sulla piattaforma S.O.F.I.A. (codice 101984) ed è acquistabile anche con la **Carta del Docente**.



### DIDATTICA

**360h totali**

184h in aula

108h online sincrona

72h online asincrona



### CREDITI

60 ECTS/CFU



### COSTO

€ 3.700,00

#### Sconto del 20%

per chi si iscrive entro  
il 9 gennaio 2026:

**€ 2.950,00**

+ taxa iscrizione € 100

+ taxa diploma € 100



### CONTRIBUTI ALLO STUDIO

Grazie al sostegno di **Fondazione Con il Sud**, è possibile ottenere la copertura parziale del costo del Master.

L'opportunità è riservata ai candidati **residenti nelle regioni del Mezzogiorno**.

Per dettagli e requisiti:  
[formazione.fsc@unisal.it](mailto:formazione.fsc@unisal.it)



# COMITATO SCIENTIFICO E DOCENTI

## SIMONETTA BLASI

---

*Docente di Teoria e Tecniche della Pubblicità, da 35 anni nella comunicazione pubblicitaria. Direttore creativo e consulente per la comunicazione per diverse realtà del Terzo Settore, autrice di articoli e saggi sulla comunicazione, socia senior della Federazione Italiana Relazioni Pubbliche Italiana (FERPI).*

## GIULIA PIGLIUCCI

---

*30 anni nelle Relazioni Pubbliche e nelle Media Relations, durante i quali ha maturato profonda conoscenza del Terzo Settore e delle Organizzazioni Non Governative (ONG). Ha curato campagne di raccolta fondi, pubblicità e organizzazione eventi, ha elaborato e condotto piani e progetti di comunicazione. È Vice Presidente di UCSI Lazio ed è iscritta a EU Consult Italia.*

## NICLA ROBERTO

---

*Fundraiser e project manager per il terzo settore e il nonprofit, docente di Marketing sociale e fundraising presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione Sociale dell'Università Pontificia Salesiana, consulente per le piccole e medie organizzazioni non profit e imprese sociali. Co-autrice della pubblicazione "Fondata sulla solidarietà", Edizioni Pacini, insieme a Enrico Fontana e Carlo Andorlini.*

## VITTORIO SAMMARCO

---

*Giornalista Pubblicista, docente di Comunicazione Politica e opinione pubblica. Collabora con associazioni non profit, tra le quali Labsus, Nell, C3dem, Città dell'uomo.*

## GIOVANNI SERRA

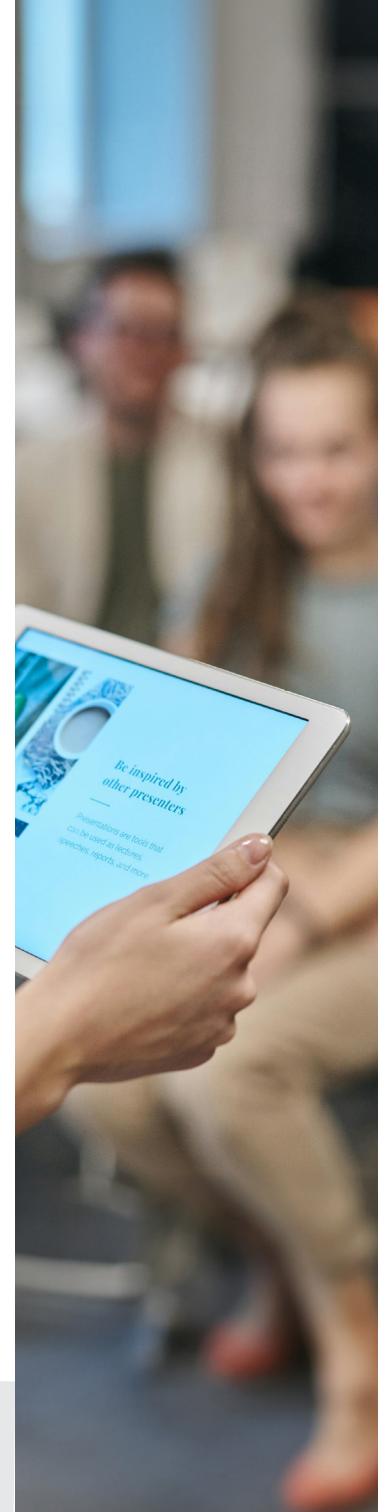
---

*Formatore e Consulente sullo sviluppo delle risorse umane per Enti del Terzo Settore. Insegna Terzo Settore presso l'Università Pontificia Salesiana. È componente del Laboratorio di ricerca dell'Università di Roma Tre sul riconoscimento e sviluppo delle competenze di dirigenti, operatori e volontari del Terzo Settore. È Vicepresidente del Movimento di Volontariato Italiano.*

## PAOLA SPRINGHETTI

---

*Giornalista professionista, insegna Giornalismo web e Informazione e comunicazione dei diritti umani. È stata autore televisivo a TV2000 e collabora con varie testate non profit.*



# NON PROFIT SOCIAL COMM

MASTER/DIPLOMA  
UNIVERSITARIO DI I LIVELLO

## la comunicazione sociale per il non profit



### CON IL PATROCINIO DI



### CON IL CONTRIBUTO DI



### PARTNER



### MEDIA PARTNER



**NON  
PROFIT  
SOCIAL  
COMM**

MASTER/DIPLOMA  
UNIVERSITARIO DI I LIVELLO

# **la comunicazione sociale per il non profit**

## **DIREZIONE**

Fabio Pasqualetti

## **COORDINAMENTO**

Simonetta Blasi

## **COMITATO SCIENTIFICO**

Simonetta Blasi

Giulia Pigliucci

Nicla Roberto

Vittorio Sammarco

Giovanni Serra

Paola Springhetti

## **COMUNICAZIONE**

Tommaso Sardelli

## **INFO E TUTOR**

[formazione.fsc@unisal.it](mailto:formazione.fsc@unisal.it)

[tutor.fsc@unsail.it](mailto:tutor.fsc@unsail.it)

## **SEDE**

Università Pontificia Salesiana

Facoltà di Scienze della  
Comunicazione sociale

Piazza dell'Ateneo Salesiano, 1  
00139 Roma

<https://fsc.unisal.it>



FACOLTÀ DI  
**SCIENZE  
DELLA COMUNICAZIONE  
SOCIALE**

Università Pontificia Salesiana