



## **Economia, marketing e comunicazione per il nonprofit**

*Angela Besana, Annamaria Esposito*  
Milano, McGraw-Hill education, 2017  
pp. 208; € 15,00

Con un approccio integrato di economia e marketing, il presente libro intende offrire un approfondimento delle caratteristiche, strategie e performance del nonprofit, settore e mercato inserito nella contemporanea società generosa. Mai come in questo momento storico, infatti, il nonprofit privato è soggetto a molta attenzione, non solo da parte dell'economia, alla quale peraltro afferisce a pieno titolo, ma anche

delle politiche nazionali e internazionali, degli standard normativi e della pratica manageriale. Il settore nonprofit, così come inteso in questo volume, è costituito dall'insieme di enti privati, che svolgono la propria attività all'interno del sistema socio-economico, sono collocati tra Mercato e Stato e sono orientati alla produzione di utilità sociale in una logica non legata solo al profitto. Sotto osservazione il settore, gli stakeholder, le strategie, così da evidenziare dove si forma il vantaggio competitivo. Tra le strategie, rilievo viene dato al crowdfunding e alle attività che stimolino tanto la willingness to pay quanto la willingness to donate. Rivolto a studenti, docenti, ricercatori, pubbliche amministrazioni, fondazioni e professionisti, il libro si arricchisce di analisi di settore, case study e box di approfondimento.