

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»

Кафедра менеджмента и социокультурных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ФАНДРАЙЗИНГ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ

Уровень высшего образования – бакалавриат

Направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль – Реклама и связи с общественностью в социокультурной сфере

Форма обучения – очная, заочная

Год набора – 2024 года

Луганск 2024

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512

Программу разработала В. В. Смоляр, преподаватель кафедры менеджмента и социокультурных коммуникаций.

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента и социокультурных коммуникаций Академии Матусовского

Протокол № 1 от 30.08. 2024 г.

Заведующий кафедрой

Аронова В.В.

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Фандрайзинг в сфере рекламы» входит в часть дисциплин по выбору ОПОП и ФГОС ВО (уровень бакалавриат) и адресована студентам 3 и 4 курсов (VI и VII семестры) направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Академии Матусовского.

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента и социокультурных коммуникаций.

Предметом изучения учебной дисциплины является суть, функции и методы таких инструментов массовой коммуникации как связи с общественностью и реклама.

Междисциплинарные связи: изучение дисциплины предопределяется учебным планом и коррелирует с обязательными дисциплинами социально-гуманитарной и профессиональной подготовки.

Содержание программы отражает представление об истории становления и современном состоянии рекламно-информационной деятельности, перспективах ее развития; о базовых принципах планирования, организации, проведения и анализа эффективности пиар- и рекламных кампаний; а также о методах их реализации.

Изучение дисциплины «Фандрайзинг в сфере рекламы» направлено на формирование у студентов следующих общекультурных компетенций:

использование основы полученных теоретических знаний при решении практических задач;

применение количественных и качественных методов анализа при оценке состояния медиасреды, а также изучении общественного мнения;

владение способностью понимать и анализировать социальные проблемы. Дисциплина изучается в течение двух семестров (VI и VII семестры). Итоговая форма контроля в каждом из них – экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 60 часов для очной формы обучения, 12 часов – для заочной формы обучения; семинарские занятия – 64 часа для очной формы, 12 – для заочной формы обучения, самостоятельная работа – 128 часов для очной формы, 292 часа – для заочной формы обучения, контроль – 72 часа для очной формы, 8 часов – для заочной формы обучения.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса «Фандрайзинг в сфере рекламы» – формирование целостного представления о фандрайзинге как практике привлечения средств на некоммерческие (социальные, исследовательские и образовательные) проекты; формирование профессиональных основ и комплекса знаний о принципах, подходах и технологиях фандрайзинга, а также овладение умениями и навыками практических приемов фандрайзинга

Задачи курса:

- способствовать формированию профессиональной компетентности по выявлению и мобилизации ресурсов организаций, общественных объединений и частных лиц для реализации мер по социальной защите граждан;

- обеспечение организационно-управленческой деятельности в организациях или подразделениях, реализующих меры социальной защиты граждан;

- способствовать формированию профессиональной компетентности в области фандрайзинговой деятельности;

- рассмотрение культурных и социальных истоков поиска инвесторов в социальной работе в сравнении с зарубежным опытом;

- изучить культуру фандрайзинговой деятельности, историю развития фандрайзинга, основные формы её функционирования в российском обществе;

- определить специфику условий формирования и эволюции российской модели фандрайзинга в социальной работе;
- обеспечить формирование научно обоснованных представлений о психологических и коммуникативных технологиях фандрайзинговой деятельности в области социальной работы;
- способствовать выработке практических навыков по созданию благоприятных контекстов для успешной фандрайзинговой деятельности в области социальной работы.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Фандрайзинг в сфере рекламы» относится к части дисциплин по выбору. Данному курсу должно предшествовать изучение таких дисциплин, как «Всемирная история», «Культурология», «Русский язык», сопутствовать «История рекламы и связей с общественностью», «Проектная деятельность», «Психология», которые логически, содержательно и методически связаны с дисциплиной «Фандрайзинг в сфере рекламы». Данные дисциплины предоставляют обширную теоретическую базу, формируют навыки самостоятельной аналитической работы и составляют теоретический и научно методологический фундамент последующего изучения курса «Фандрайзинг в сфере рекламы».

Изучение дисциплины «Фандрайзинг в сфере рекламы» способствует успешному овладению студентами таких дисциплин как «Реклама и PR в социокультурной деятельности региона», «PR-технологии в сфере политики», «Разработка и проведение PR-кампаний» и др. В программе учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Профессиональные компетенции (ПК):

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью: ПК-5.

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения

<p>ПК-5:</p>	<p>способен проводить маркетинговые исследования, владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные направления, принципы и виды маркетинговых исследований в области рекламы и PR; - основные методы получения первичной информации; - ключевые требования к организации и проведению маркетинговых исследований. - основные источники информации, адекватные ситуации; - методы анализа собранной информации; - ключевые требования к подготовке и оформлению аналитических справок, обзоров и прогнозов по результатам проведенных маркетинговых исследований; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать план маркетингового исследования с учетом необходимых этапов; - определять цель, объекты и методы исследования; - проводить различные виды исследований; - находить и анализировать различные источники информации; - интерпретировать полученные данные применительно к объекту исследования; - аналитических обобщать и систематизировать данные в рамках аналитических справок, обзоров и прогнозов. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с различными источниками информации; - анализа полученной информации применительно к объекту исследования; - подготовки исследования; - аналитических справок, обзоров и прогнозов; -навыками разработки плана маркетингового исследования области рекламы и PR; сбора, анализа обобщения первичной вторичной информации; базовыми навыками проведения исследований форме опроса, фокусирования, наблюдения.
--------------	---	--

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Количество часов									
	Очная форма					Заочная форма				
	Всего	В том числе				Всего	В том числе			
л		пр	с.р.	кон	л		пр	с.р.	кон	
VI семестр										
Тема 1. Фандрайзинг: определение понятия и источники ресурсов. Всемирные тенденции благотворительности	39	8	8	14	9	39	2	2	32	1
Тема 2. Донор и коммуникации с ним	39	8	8	16	9	39	2	2	32	1
Тема 3. Этика фандрайзинга	39	8	8	16	9	39			32	1
Тема 4. Способы сбора частных пожертвований, оформление и их учет.	39	8	8	16	9	39	2	2	32	1
Всего часов обучения за VI семестр	162	32	32	62	36	144	6	6	128	4
VII семестр										
Тема 5. Платежные механизмы, классификация и выбор.	54	10	10	22	12	54	2	2	56	1
Тема 6. Привлечение частных пожертвований через Интернет.	54	10	10	22	12	54	2	2	54	2
Тема 7. Фандрайзинговые кампании	54	8	12	22	12	54	2	2	54	1
Всего часов обучения за VII семестр	162	28	32	66	36	180	6	6	164	4
Всего часов обучения	324	60	64	128	72	324	12	12	292	8

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Фандрайзинг: определение понятия и источники ресурсов. Всемирные тенденции благотворительности.

Фандрайзинг. Цели фандрайзинга. Результат фандрайзинга. Разнообразные средства установления контактов с потенциальными донорами. Возможные источники финансирования для НКО. Внутренние и внешние источники средств. Фандрайзинг, краудфандинг, краудсорсинг — есть ли отличия? Выбор «доноров». Мировой рейтинг благотворительности. Какая благотворительность распространена больше? Уровень вовлеченности в благотворительную деятельность. Самые щедрые страны мира. Группы факторов, которые, могли бы заметно повлиять на развитие частной благотворительности в России, общие тенденции. Частные пожертвования

Тема 2. Донор и коммуникации с ним

Характеристики современных российских доноров. Отношение к посредникам. Средняя сумма пожертвования. Самые популярные темы для совершения пожертвований. Мотивы частных доноров. Спонтанные и спланированные пожертвования. Общие принципы донорской мотивации. Коммуникации с донором. Принципы эффективных фандрайзинговых коммуникаций. Письменная коммуникация с донором. Личная коммуникация с донором (встреча). Текущее взаимодействие. Отчеты и благодарность

Тема 3. Этика фандрайзинга

Этика привлечения частных пожертвований. Рекомендуемые стандарты, регламентирующие действия профессионального фандрайзера в этически значимых ситуациях. Этические дилеммы, возникающие у организации при сборе частных пожертвований. Как разработать свой этический кодекс фандрайзинга.

Тема 4. Способы сбора частных пожертвований, оформление и их учет.

Основные способы привлечения частных пожертвований. Почтовая или электронная рассылка (директмейл). Советы по организации адресной рассылки. Ящики для пожертвований. Пожертвования по квитанции. Мероприятия и акции. Сбор средств через интернет. СМС - акции. Работа с разными аудиториями доноров. Основы оформления пожертвований. Основные характеристики пожертвования. Оформление частных пожертвований при разных способах привлечения. Сбор средств через проведение аукционов и лотерей, продажу благотворительных сувениров и поделок. Особенности учета пожертвований. Имущественные вычеты для доноров.

Тема 5. Платежные механизмы, классификация и выбор.

Платежные механизмы – типы и особенности. Платеж банковской картой. Платеж через банкомат. Платеж банковской картой через интернет. Платежные системы в интернете (электронные деньги). Интернет -банкинг. Платеж с помощью мобильного телефона. Терминалы по приему наличных денег. Преимущества и недостатки платежных механизмов

Тема 6. Привлечение частных пожертвований через Интернет.

Способы привлечения частных пожертвований через интернет. Наиболее популярные интернет ресурсы. Электронная филантропия. Преимущества и недостатки привлечения частных пожертвований через интернет. Десять правил интернет-филантропии. Онлайн и онлайн активность. Рекомендации по привлечению средств через краудфандинг. Интернет мошенники и благотворительность

Тема 7. Фандрайзинговые кампании

Планирование и проведение кампаний. Факторы успеха при сборе частных пожертвований. Как создать креативную фандрайзинг акцию. Ловушки и ошибки фандрайзинга.

6.1 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ / СЕМИНАРСКИХ ЗАДАНИЙ

Тема 1. Фандрайзинг: определение понятия и источники ресурсов. Всемирные тенденции благотворительности

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Понятие фандрайзинг, его природа и социальное значение. 2. Основные формы и методы фандрайзинга. 3. Источники финансирования социальной работы. 4. Спонсорство и благотворительность. 5. Исторические аспекты развития спонсорской и благотворительной поддержки в России и за рубежом.

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрайзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.
3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в соци- 20 альной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский

государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008

2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.

3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.

4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21.

5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.

6. Баталов А.С. Учитесь просить деньги / материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с.

Тема 2. Донор и коммуникации с ним

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Характеристики современных российских доноров.
2. Самые популярные темы для совершения пожертвований.
3. Мотивы частных доноров. Спонтанные и спланированные пожертвования.
4. Общие принципы донорской мотивации.
5. Коммуникации с донором.

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.

2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрайзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.

3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008

2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.

3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.

4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21. 22

5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.

6. Баталов А.С. Учитесь просить деньги/ материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с.

Тема 3. Этика фандрайзинга

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Этика привлечения частных пожертвований.
2. Рекомендуемые стандарты, регламентирующие действия профессионального фандрайзера в этически значимых ситуациях.
3. Этические дилеммы, возникающие у организации при сборе частных пожертвований.

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрейзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.
3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008
2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.
3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.
4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21.
5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.
6. Баталов А.С. Учитесь просить деньги/ материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с

Тема 4. Способы сбора частных пожертвований, оформление и их учет.

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Основные способы привлечения частных пожертвований.
2. Реализация благотворительных товаров НКО.
3. Сбор средств через интернет.
4. Работа с разными аудиториями доноров.
5. Основные характеристики пожертвования.

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрейзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.
3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008

2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.
3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.
4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21.
5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.
6. Баталов А.С. Учитесь просить деньги/ материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с

Тема 5. Платежные механизмы, классификация и выбор.

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Платежные механизмы – типы и особенности.
2. Интернет-банкинг.
3. Платежные системы в интернете (электронные деньги).
4. Терминалы по приему наличных денег.

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрайзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.
3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008
2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с. 3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.
4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21.
5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.
6. Баталов А.С. Учитесь просить деньги/ материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с.

Тема 6. Привлечение частных пожертвований через Интернет.

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Наиболее популярные интернет-ресурсы.
2. Электронная филантропия.
3. НКО по привлечению частных пожертвований.
4. Способы привлечения частных пожертвований через интернет.
5. Интернет-мошенники и благотворительность: как обезопасить сбор частных пожертвований.

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрайзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.
3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008
2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.
3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.
4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21.
5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.
6. Баталов А.С. Учитесь просить деньги/ материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с

Тема 7. Фандрайзинговые кампании

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Планирование и проведение кампаний.
2. Хитрости для успеха кампании.
3. Факторы успеха при сборе частных пожертвований.
4. Ловушки и ошибки фандрайзинга

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрайзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.
3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008
2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.
3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.
4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21.
5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.

7. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных рефератов.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки доклада, презентации, реферата по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к семинарским занятиям;
- практико-ориентированные задания;
- конспектирование первоисточников, изучение научной, учебно-методической литературы;
- моделирование содержания темы: составление структурно-логических схем, таблиц, создание графиков, рисунков и т.п.
- для студентов заочной формы обучения – написание рефератов;
- подготовка к экзамену в 1-м и 2-м семестрах.

7.1 ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К САМОСТОЯТЕЛЬНЫМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Фандрайзинг: определение понятия и источники ресурсов. Всемирные тенденции благотворительности

Ответить на вопросы для самоконтроля:

1. Исторический экскурс в становление и развитие благотворительности в России.
2. Современные тенденции благотворительности.
3. Благотворительная деятельность и фандрайзинг.
4. Субъекты фандрайзинга.
5. Критерии благотворительности.
6. Соотношение понятий: фандрайзинг, спонсорство, меценатство, корпоративная и частная благотворительность, филантропия образовательной организации.
7. Виды и типы благотворительных услуг.
8. Маркетинг фандрайзинга: благотворительная услуга

Задания для самостоятельной работы:

1. Взаимосвязь социальной работы и социальной политики.
2. Исторические аспекты развития спонсорской и благотворительной поддержки.
3. История развития благотворительности и спонсорства в России.

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрайзинга//

Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.

3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в соци- 20 альной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008

2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.

3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.

4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21.

5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.

6. Баталов А.С. Учитесь просить деньги / материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с.

Тема 2. Донор и коммуникации с ним

Ответить на вопросы для самоконтроля:

1. Какие принципы благотворительной деятельности вы можете назвать?
2. Как характеризуется соблюдение принципа законности пожертвований?
3. Как характеризуется соблюдение принципа конфиденциальности и добровольности.
4. Как характеризуется соблюдение принципа гласности и непринуждения к привлечению средств?

Задания для самостоятельной работы:

1. Принципы эффективных фандрайзинговых коммуникаций.
2. Письменная коммуникация с донором.
3. Личная коммуникация с донором (встреча). Текущее взаимодействие. Отчеты и благодарность.

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрайзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.
3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008

2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.

3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.

4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21. 22

5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.

6. Баталов А.С. Учитесь просить деньги/ материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с.

Тема 3. Этика фандрайзинга

Ответить на вопросы для самоконтроля:

1. Деятельность благотворительных организаций и фондов.
2. Спонсорство и спонсоринг- составные части маркетинговой деятельности.
3. Виды спонсорства.

Задания для самостоятельной работы:

1. Как разработать свой этический кодекс фандрайзинга

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрайзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.
3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008
2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.
3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.
4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21.
5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.
6. Баталов А.С. Учитесь просить деньги/ материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с

Тема 4. Способы сбора частных пожертвований, оформление и их учет.

Ответить на вопросы для самоконтроля:

1. Почтовая или электронная рассылка (директ мейл).
2. Советы по организации адресной рассылки.
3. Основы оформления пожертвований.

Задания для самостоятельной работы:

1. Как писать благотворительную программу

2. Как добиться грамотного оформления пожертвований?

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрайзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.
3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008
2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.
3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.
4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21.
5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.
6. Баталов А.С. Учись просить деньги/ материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с

Тема 5. Платежные механизмы, классификация и выбор.

Ответить на вопросы для самоконтроля:

1. Платеж банковской картой.
2. Платеж через банкомат.
3. Платеж банковской картой через интернет.
4. Платеж с помощью мобильного телефона.

Задания для самостоятельной работы:

1. Какие способы и механизмы приносят больше средств.
2. Преимущества и недостатки платежных механизмов

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрайзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.
3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008
2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.

3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.

4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21.

5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.

6. Баталов А.С. Учитесь просить деньги/ материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с

Тема 6. Привлечение частных пожертвований через Интернет.

Ответить на вопросы для самоконтроля:

1. Преимущества и недостатки привлечения частных пожертвований через интернет.
2. Десять правил интернет-филантропии.
3. Онлайн и онлайн активность.

Задания для самостоятельной работы:

1. Разработать рекомендации по привлечению средств через краудфандинг.
2. Источники финансирования некоммерческих организаций.
3. Виды ресурсов: финансы; материальные (техника, оборудование); информационные; человеческие (работа волонтеров).

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрайзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.
3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008
2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.
3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.
4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21.
5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.
6. Баталов А.С. Учитесь просить деньги/ материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с

Тема 7. Фандрайзинговые кампании

Ответить на вопросы для самоконтроля:

1. Как создать креативную фандрайзинг-акцию

2. Понятие о донорах и их деятельности. Классификация доноров.
 3. Благотворительные фонды. Причины благотворительной организационной деятельности фондов. Благотворительные фонды по видам осуществляемой деятельности.
 4. Основные формы финансирования, осуществляемые благотворительными фондами.
 5. Особенности работы с донорскими организациями.
 6. Понятие о грантовой деятельности. Виды и типы грантов.
 7. Обращение в фонд.
- Сопроводительные документы

Задания для самостоятельной работы:

Разработать проект фандрайзинговой (или краудсорсинговой, краудфандинговой) кампании для конкретной организации/проекта со следующей структурой:

1. Цели и задачи кампании (требуемые ресурсы, на какие нужды и потребности).
2. Временные и территориальные рамки.
3. Целевая аудитория (кто участвует, масштабы охвата).
4. Инструменты, механизмы и технологии маркетинга (он-лайн и офф-лайн) и платформа сбора средств.
5. Медиаплан.
6. Организационные вопросы/нюансы.

Литература:

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрайзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.
3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008
2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.
3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.
4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21.
5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.
6. Баталов А.С. Учитесь просить деньги/ материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

8.1. ТЕСТИРОВАНИЕ

1. Термин «благотворительность» появился в России:
 - a) 17 в
 - b) 18 в
 - c) 16 в

2. Термин «благотворительность» введен в России историком:
- В. О. Ключевским
 - С. М. Соловьевым
 - Н. М. Карамзиным
3. Благотворительность - это:
- добровольная, субъективная, негосударственная помощь
 - явление, характеризующее пребывание определенной части общества в состоянии бедности и нищеты
 - деятельность, направленная на совершение благих поступков.
4. Понятие «доброхотный» означает:
- добрый
 - добровольный
 - человеколюбивый
5. Меценат-это:
- человек, заботящийся, опекающий
 - добрый человек
 - покровитель науки и искусства
6. Понятие, обозначающее опеку, заботу:
- филантропия
 - призрение
 - волонтерство
7. Милостыня на Руси до первой половины начала XVII века называлась:
- слепая
 - закрытая
 - неизвестная
 - простая
8. ФЗ РФ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» был принят в России:
- 11 августа 1995 г
 - 11 сентября 1997 г
 - 11 июля 1996 г
9. Поиск и сбор средств, необходимых для осуществления социально-значимых проектов:
- меценатство
 - спонсорство
 - волонтерство
 - фандрайзинг
10. Спонсорская деятельность - это:
- помощь бедным людям
 - оказание добровольной помощи нуждающимся в ней людям
 - добровольная материальная поддержка социально-значимых инициатив, проектов, акций с целью популяризации своего имени
11. НКО в России существуют за счет:
- личных взносов

- с) фандрайзинга
- д) денег местных властей
- е) грантов зарубежных стран

12. Грант-это:

- б) возвратное целевое финансирование общественно-полезных программ
- с) привлечение средств на определенный период для деятельности НКО
- д) безвозмездное невозвратное целевое финансирование общественно-полезных программ НКО

13. Лоббирование - это:

- а) возвращение доноров
- б) продвижение интересов
- с) поиск денежных средств для целевой деятельности

14. Лучший показатель надежности, легальности, финансового благополучия, заботы о городе и его жителей...

- А) недвижимость в данном городе,
- Б) широкая рекламная компания,
- В) благотворительность.

15. Целенаправленный систематический поиск спонсорских (или иных) средств для осуществления социально значимых проектов (программ, акций) и поддержки социально значимых институтов...

- А) спонсоринг,
- Б) фандрайзинг,
- В) non-profit.

16. Что из перечисленного не является формой фандрайзинга?

- А) благотворительные мероприятия по сбору средств,
- Б) пожертвования,
- В) гранты,
- Г) publicrelations,
- Д) сбор членских взносов.

17. Кто занимается фандрайзингом?

- А) фонды,
- Б) общественные организации,
- В) предприниматели,
- Г) государственные организации.

18. Привлечение средств компании-спонсора к какому-либо проекту или акции с целью достижения нужного рекламного эффекта -это ...

- А) спонсоринг,
- Б) фандрайзинг,
- В) non-profit.

19. Полный набор юридических, программных, финансовых, творческих и нормативных документов, обеспечивающих необходимый эффект спонсируемой акции – это...

- А) проект акции,
- Б) техническое задание,
- В) спонсорский пакет,

Г) письмо-запрос.

20. Что такое «прогноз спонсорского эффекта»?

- А) сценарий,
- Б) расчет воздействия рекламы на целевую аудиторию,
- В) оценка стоимости проекта,
- Г) важная часть спонсорского пакета.

2 уровень

1. Дополнить недостающую цепочку: методы проведения фандрайзинга: «один на один», , , , , благотворительная распродажа, лотерея.

2. Дополнить недостающие принципы фандрайзинга: Фандрайзинг- это процесс; донора нужно уметь заработать,,,

3. Дополнить перечень сфер, в которых может осуществляться спонсорская деятельность: культурной;

4. Определите, верно, ли указаны следующие утверждения. Выделите правильные, на ваш взгляд, утверждения.

- а) привлечение финансов - это привлечение людей;
- б) фандрайзинг - это процесс;
- с) деньги нужно уметь выпрашивать;
- д) если ваш проект стоящий, то вы автоматически можете получить много пожертвований;
- е) при осуществлении фандрайзинга не обязательна этика;
- ф) Если человек не может помочь деньгами, то другие средства не годны.

5. Расположить в правильном порядке этапы фандрайзинга:

- а) определить методы сбора средств
- б) составить план проведения компании
- с) провести мониторинг и выявить целевые группы, на которые вы хотите направить проект
- д) определить цели и задачи проекта
- е) разработать необходимые письма, раздаточные материалы
- ф) распределить обязанности исполнителей проекта

3 уровень:

1. Краткое изложение проекта, содержащее ясную информацию о задачах, ожидаемых результатах, методах и стоимости выполнения проекта, а также описание заявителя, достижения и квалификацию организации – это...

- а) проект акции,
- б) техническое задание,
- в) спонсорский пакет,
- г) письмо-запрос.

2. Процент капиталовложений от стоимости проекта, который берет на себя генеральный спонсор....

- а) до 10%,
- б) до 25%,
- в) 50%,
- г) 100%.

3. Средства, безвозмездно передаваемые дарителем (фондом, корпорацией, правительственным учреждением) некоммерческой организации или частному лицу для выполнения конкретной работы – это...

- а) гранты,
- б) пожертвования,
- в) благотворительные мероприятия по сбору средств,
- г) сбор членских взносов.

4. Некоммерческая организация, которая распределяет частные средства в общественных интересах. Это неправительственная организация, финансируемая из частных источников.

- а) общественная организация,
- б) фирма,
- в) фонд,
- г) государственный орган.

5. Что такое «теплый список»?

- а) список организаций, которые ответили категорическим отказом,
- б) список доноров, которые уже оказывали поддержку,
- в) список организаций, которые выразили заинтересованность, но по каким-то причинам не оказал вам материальной поддержки.

Ответы:

1 уровень 1 б; 2 а; 3 а; 4 б; 5 с; 6 б; 7 а; 8 а; 9 д; 10 с; 11 с; 12 с; 13 б; 14. в; 15. б; 16. г; 17. б., г; 18. а; 19. в; 20. б, г.

2 уровень 1. методы проведения фандрайзинга: »от двери к двери«, сбор средств на рабочих местах, индивидуальная работа с населением, проведение акций по сбору частных пожертвований.

2. принципы фандрайзинга: просить деньги не на организацию, а на конкретный проект; привлечение финансов – это привлечение людей; начинать разговор с того, что близко человеку; важно показать конкретный результат проекта; оставить информацию о проекте; не пренебрегать незначительными пожертвованиями.

3. спорт, наука, медицина, образование. 4. правильные утверждения: 1, 2. 5. последовательность в проведении фандрайзинга: 4 = 3 = 1 = 2 = 5 = 6 3 уровень: 1. г 2. в. 3. а

- 4. В
- 5. б

8.2 ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ В VI СЕМЕСТРЕ

1. Мотивация благотворительной деятельности.
2. Проектирование в научно-образовательной деятельности.
3. Фандрайзинг и профессия фандрайзера в психологическом аспекте.
4. Организация социальных акций: принципы и правила.
5. Человеческий ресурс как основа социального проекта.
6. Добровольческая деятельность в России.
7. Фандрайзинг: понятие, цели, область применения.
8. Организационный и индивидуальный фандрайзинг.
9. Виды и формы технологий методов фандрайзинга.
10. Проект как средство управления деятельностью и основа фандрайзинга.
11. Благотворительная деятельность коммерческих структур: приоритеты, виды.
12. Оценка некоммерческого проекта: экспертирование, оценка эффективности.

13. Подходы и правила работы с грантодающими организациями.
14. Интернет-фандрайзинг: виды, специфика планирования и реализации
15. Работа с частными пожертвованиями: виды, особенности, правила
16. Основные подходы и правила подготовки заявок на грант.
17. Мотивация благотворительной деятельности.
18. Проектирование в научно-образовательной деятельности.
19. Фандрайзинг и профессия фандрайзера в психологическом аспекте.
20. Организация социальных акций: принципы и правила.
21. Человеческий ресурс как основа социального проекта.
22. Добровольческая деятельность в России.
23. Фандрайзинг: понятие, цели, область применения.
24. Организационный и индивидуальный фандрайзинг.
25. Виды и формы технологий методов фандрайзинга.
26. Проект как средство управления деятельностью и основа фандрайзинга.
27. Благотворительная деятельность коммерческих структур: приоритеты, виды.
28. Оценка некоммерческого проекта: экспертирование, оценка эффективности.
29. Подходы и правила работы с грантодающими организациями.
30. Интернет-фандрайзинг: виды, специфика планирования и реализации
31. Работа с частными пожертвованиями: виды, особенности, правила
32. Основные подходы и правила подготовки заявок на грант.

8.3. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ В VII СЕМЕСТРЕ

1. Благотворительность как социальное явление. Этапы развития благотворительности в России.
2. Целесообразность благотворительной деятельности в России и за рубежом.
3. Виды благотворительности
4. Налоговые льготы для предприятий, занимающихся благотворительной деятельностью.
5. Современные тенденции благотворительности.
6. Деятельность благотворительных организаций в современной России (на конкретных примерах).
7. Благотворительная деятельность: спонсирование, помощь, дарение и поддержка.
8. Значение благотворительной деятельности для современной России.
9. НКО и их роль в развитии социального сектора в современной России.
10. Характеристики НКО США и России – сходства и различия.
11. Источники финансирования некоммерческих организаций в России и за рубежом.
12. Методы сбора частных пожертвований: зарубежный опыт.
13. НКО в России и организационно-правовые основы их деятельности.
14. Правовые формы организации Третьего сектора в России.
15. Фандрайзинг как общественное явление и сфера деятельности.
16. Основные правила проведения фандрайзинговой кампании.
17. Ошибки в понимании фандрайзинга и их устранение.
18. Методы и формы проведения фандрайзинга.
19. Мотивы донорства.
20. Спонсорство, спонсоринг, благотворительность: сходство и различия.
21. Основные направления спонсорской деятельности.
22. Спонсорский пакет.
23. Работа с потенциальными спонсорами. Правила ведения переговоров.
24. Грантовая заявка - инструменты получения спонсорской помощи.
25. Понятие «грантовая заявка», ее роль и значение для проведения успешного фандрайзинга.

26. Грант: определение, сущность, особенности.

27. Грантовая заявка: особенности и правила написания.

28. Защита гранта - основа эффективного источника финансирования государственных, коммерческих и некоммерческих предприятий и организаций.

29. Федеральный закон РФ «О благотворительной организации и благотворительной деятельности».

30. Цель и задачи курса «Фандрайзинг в социальной работе». Основные понятия курса: благотворительность, меценатство, волонтерство, спонсорство, спонсоринг, спонсорский пакет, бренд, некоммерческие организации, фандрайзинг, грант, донор.

9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Интернет-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;

- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;

- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;

- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «Фандрайзинг в сфере рекламы» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в семинарских занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

В ходе проведения семинарских занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные в план семинарского занятия. Помимо устной работы, проводится защита рефератов по теме семинарского занятия, сопровождающаяся его обсуждением и оценением. Также внимание на семинарских занятиях уделяется практико-ориентированным заданиям: планированию и проведению PR-акций, подготовке и проведению мероприятий для СМИ, разработке PR

поводов и создания медиатекстов, которые используются в качестве медиасопровождения деятельности Академии в ее медиаресурсах: на официальном сайте, в группах в соцсетях, в газете «Камертон», в видеосюжетах и телепроектах Студенческого Интернет-ТВ.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов и консультации. При проведении различных видов занятий используются интерактивные формы обучения:

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Тестовые задания	
5	95-100% правильных ответов
4	80-94% правильных ответов
3	60-79% правильных ответов
2	менее 60% правильных ответов
Вопросы к экзамену	
5	<p>Если студент полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; методически верно излагает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; демонстрирует дикционную культуру, соблюдение орфоэпических законов и логику речи.</p> <p>Студент имеет достаточно развитую профессиональную подготовку и стабильно закрепленные элементарные навыки по сценической речи. Методически верно, последовательно и самостоятельно занимается совершенствованием техники речи. Морально-волевые качества студента – в отличном состоянии. Владение нормами литературного произношения (русская орфоэпия), развитый речевой слух. Студент умеет анализировать художественное произведение, обосновать его выбор, определить сверхзадачу чтения. Безукоризненно выполнять логический анализ текста, верно выполнять интонирование знаков препинания. Студент должен принимать участие в публичных выступлениях. Постоянное усовершенствование природных данных, стремление к самосовершенствованию.</p>
4	<p>Если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.</p> <p>Студент имеет достаточно развитую профессиональную подготовку и стабильно закрепленные элементарные навыки по сценической речи. Усвоены и закреплены все упражнения по технике речи и нормы литературного произношения, сложные упражнения с физической нагрузкой выполнены почти без существенных ошибок, но студент еще не умеет методически верно выстраивать отдельные разделы тренинга. Не в совершенстве владеет художественной перспективой текста, не четко фиксирует найденное, но на достаточном уровне владеет средствами художественной выразительности при воплощении текста. В определенной степени развиты у студента морально-волевая подготовка (полностью исчезли ощущение страха, растерянность). Студент проводит логический анализ текста, реализует словесное действие, но еще не хватает опыта в передаче киноленты видения и иллюстрированного подтекста. Развиты творческое воображение и фантазия, стремление к самоусовершенствованию.</p>

3	<p>Если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки; плохо владеет элементами техники речи и словесного действия.</p> <p>Студент имеет удовлетворительную практическую подготовку. Упражнения по технике речи выполняются формально. Отсутствует творческий подход, в практике не фиксируются нормы литературного произношения. Морально-</p>
2	<p>Если студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом</p> <p>Студент не имеет определенной практической подготовки и слишком посредственные навыки по технике речи, часто не выполняет задания педагога, самостоятельно работает небрежно и без желания. Приемы сохраняются только на начальном уровне, не используются базовые практические упражнения и элементы. Отсутствует фиксация найденного, не владеет логикой словесного действия. Не развиты до надлежащего состояния морально-волевые качества студента, присутствует «мышечный зажим». Студенту несвойственна любовь к слову, что звучит, он часто ленится, не работает над собой, нет желания проявлять себя как творческую личность.</p>

11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Жуков В. И. Технологии социальной работы: учебник – М.: РГСУ, 2011.
2. Гордин В.Э., Дымникова А.И. Новое в теории и практике фандрейзинга// Менеджмент и культура / Сб. научных трудов. - СПб., - 2010, 265 с.
3. О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс]: учебное пособие Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 92 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

Дополнительная литература

1. П.Д. Павленок Технология социальной работы в различных сферах деятельности: учебное пособие М.: Дашков и К, 2008
2. Бодуген А. На пути к успешному фандрайзингу М., - 2009. - 39 с.
3. И. В. Мерсияновой, Л. И. Якобсона. Потенциал и пути развития филантропии в России. Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: ГУ-ВШЭ, 2010, гл. 10, стр 350-396.
4. А.Е. Шадрин Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. М.: Агентство социальной информации, 2010, стр. 8-21.
5. Баранова И., Здравомыслова О., Кигаи Н., Киселева К. Отношение населения к благотворительности в России. Результаты исследования. М.: САФ - 2001. - 48 с.
6. Баталов А.С. Учитесь просить деньги/ материалы лекций грант - менеджеров ФКЦ АСНОУ. М.: ФКЦ АСНОУ, - 2012. - 52 с

12.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. При подготовке к занятиям по данной дисциплине используется аудиторный фонд (столы, стулья, интерактивная доска).

При подготовке и проведении занятий используются дополнительные материалы. Предоставляется литература читального зала библиотеки Академии Матусовского. Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии.

Программное обеспечение для интерактивной доски.