

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

Кафедра менеджмента и социокультурных технологий

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
социокультурных коммуникаций
А. Ю. Борзенко-Мирошниченко
30.08.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ФАНДРАЙЗИНГ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

Уровень высшего образования – бакалавриат
Направление подготовки - 51.03.03 Социально-культурная деятельность
Профиль - Менеджмент социально-культурной деятельности
Форма обучения – очная, заочная
Год набора - 2024 год

Луганск 2024

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.12.2017 г. № 1179.

Программу разработал О.В. Бирюков, кандидат технических наук, доцент кафедры менеджмента и социокультурных технологий

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента и социокультурных технологий (Академия Матусовского)

Протокол № 1 от 30.08.2024 г.

Зав. кафедрой

В.В.Аронова

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Фандрайзинг в социально-культурной сфере» входит в часть дисциплин, формируемая участниками образовательных отношений и адресована студентам 4 курса (7-8 семестр) очной формы обучения и студентам 4-5 курсов (8-9 семестр) заочной формы обучения, направления подготовки 51.03.03 – «Социально-культурная деятельность» профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности» Академии Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента и социокультурных технологий.

Успешное изучение дисциплины базируется на освоении теоретического и практического учебного материала по следующим дисциплинам: «Информационные технологии в социально-культурной деятельности», «Менеджмент в социально-культурной сфере», «Технологические основы социально-культурной деятельности», «Статистические исследования в социально-культурной деятельности», «Event-менеджмент», «Ресурсная база социально-культурной деятельности», «Коммуникативная культура и деловое общение в социально-культурной сфере», «Проектный менеджмент в социально-культурной сфере», «Предпринимательство и проектная деятельность»

Содержание дисциплины «Фандрайзинг в социально-культурной сфере» позволяет студентам получить общее представление о фандрайзинговой деятельности, а также других инструментах поиска финансирования и ресурсного обеспечения проектов в социально-культурной сфере деятельности, ознакомиться с лучшими практиками, действующими платформами, фондами, а также определить место и роль фандрайзинга в деятельности менеджеров социокультурной сферы (далее СКС).

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, выполнение курсовой работы, самостоятельная работа студентов, консультации преподавателя.

Программой дисциплины предусмотрено использование нескольких видов контроля успеваемости и результатов образовательной деятельности.

Текущий контроль в форме:

- устного опроса, докладов по результатам выполнения самостоятельной работы, отработки пропущенного материала и т. п.;
- письменного опроса, тестирования, выполнения практических заданий и т. д.

Промежуточный контроль в форме:

- экзамена (8 семестр для очной формы обучения и 9 семестр для заочной формы)
- зачёта (7 семестр для очной формы обучения и 8 семестр для заочной формы обучения).

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 7 кредитов (зачетных единиц), 252 учебных часа.

Для очной формы обучения - 1,5 з.е. (54 часа) в 7 семестре и 5,5 з.е. (198 часов) в 8 семестре. Для заочной формы обучения – 4 з.е. (144 часа) в 8 семестре и 3 з.е. (108 часов) в 9 семестре.

Программой дисциплины предусмотрены для очной формы обучения: аудиторные занятия - 90 часов (лекционные занятия в объёме 34 часа; практические занятия – 56 часов); самостоятельная работа – 144 часа и контроль знаний – 18 часов. Для заочной формы обучения: аудиторных занятий 20 часов, самостоятельная работа – 214 часов и контроль знаний – 18 часов.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины: формирование у обучающихся знаний в области привлечения инвестиций методами фандрайзинга для реализации различного рода мероприятий и проектов в социально-культурной сфере.

Задачи:

1. Сформировать знания о поиске, анализе и оценки технологий спонсоринга и фандрайзинга;
2. Дать представление о различных методах привлечения инвестиций в социально-культурную сферу деятельности;
3. Рассмотреть лучшие практики по привлечения инвестиций, используемые подходы, модели, инструменты;
4. Изучить содержание этапов планирования, организации и контроля при осуществлении фандрайзинговой деятельности и ознакомиться с основными этапами разработки проектных предложений, заявок при поиске финансирования.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Курс входит в часть дисциплин, формируемая участниками образовательных отношений подготовки студентов по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности».

Дисциплина имеет содержательно-методические связи с такими дисциплинами как: Методика проведения научных исследований в социально-культурной сфере, Предпринимательство и проектная деятельность, Статистические исследования в социально-культурной деятельности, Арт-менеджмент в рамках формирования и развития универсальной компетенции (УК-1).

Освоение дисциплины также будет необходимо при прохождении практик: научно-исследовательской, проектно-технологической, преддипломной, подготовке к государственной итоговой аттестации.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность: универсальные компетенции УК-1.

№ компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>Знать: основной терминологический аппарат, связанный с спонсорингом и фандрайзингом; наиболее типовые методы и технологии привлечения инвестиций и ресурсов; особенности осуществления проектной деятельности в социально-культурной сфере.</p> <p>Уметь: осуществлять поиск актуальных программ финансирования социокультурных инициатив; работать на фандрайзинговых платформах, размещать информацию, проводить PR акции и т.п.; составлять заявку на соискание гранта; проводить критический анализ и синтез информации, применять системный подход для формирования стратегии и выбора технологий осуществления фандрайзинга; оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений.</p> <p>Владеть: навыками общения, построения коммуникаций со спонсорами, подготовки спонсорского пакета документов, партнерских предложений; технологиями планирования и ведения фандрайзинговой компании (в том числе мероприятий по продвижению - пресс-конференций, пресс-клиппинга, брифингов и др.).</p>

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия смысловых модулей и тем	Количество часов									
	Очная форма					Заочная форма				
	всего	в том числе				всего	в том числе			
		л	п	с.р.	к		о	л	п	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
7 семестр										
Тема 1. Введение в спонсоринг и фандрайзинг.	7	2	4	1	-	7	1	1	5	-
Тема 2. Правовые аспекты фандрайзинга	15	2	10	3	-	15	-	1	14	-
Тема 3. Фандрайзинг и спонсоринг как виды профессиональной деятельности.	11	4	6	1	-	11	-	1	10	-
Тема 4. Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы.	21	6	12	3	-	21	1	1	19	-
Итого часов за обучение ОФО	54	14	32	8	-	-	-	-	-	-
Тема 5. Привлечение спонсоров.	-	-	-	-	-	45	1	1	43	-
Тема 6. Современная практика спонсоринга и фандрайзинга.	-	-	-	-	-	45	1	1	43	-
Итого часов за обучение ЗФО	-	-	-	-	-	144	4	6	134	-
8 семестр										
Тема 5. Привлечение спонсоров.	45	4	6	35	-	-	-	-	-	-
Тема 6. Современная практика спонсоринга и фандрайзинга.	45	8	8	29	-	-	-	-	-	-
Тема 7. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.	56	6	6	36	8	56	2	3	49	2
Тема 8. Особенности развития спонсоринга и фандрайзинга в России и западных странах.	52	2	4	36	10	52	2	3	45	2
Итого часов за обучение ОФО и ЗФО	198	20	24	136	18	108	4	6	94	4
Всего часов за весь курс (для очной формы обучения)	252	34	56	144	18	252	8	12	228	4

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в спонсоринг и фандрайзинг.

Определение основных понятий: спонсоринг, фандрайзинг, краудфандинг, благотворительность, меценатство, попечительство, покровительство (патронаж), также смежных понятий - субсидия, грант. Характеристика основных сходств и различий. Предмет фандрайзинга. Фандрайзинг как целенаправленный, системный поиск спонсорских средств. Исторический аспект спонсоринга и фандрайзинга. Основные принципы и правила фандрайзинговой деятельности. Терминологический аппарат фандрайзинга: заявка, донор, грантодатель, благотворительность, меценат, спонсор, неприбыльный (некоммерческий проект), проект, некоммерческая (неприбыльная) организация, проектно-исследовательская деятельность. Фандрайзинг, как социальная технология.

Литература [1, 2].

Тема 2. Правовые аспекты фандрайзинга.

Законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие взаимоотношения с благотворительными организациями, юридическими и гражданскими лицами.

Литература [8-10].

Тема 3. Фандрайзинг и спонсоринг как виды профессиональной деятельности.

Истоки и причины возникновения спонсоринга и фандрайзинга как видов профессиональной деятельности. Мотивации и приоритеты спонсоринга и фандрайзинга в современном обществе. Фандрайзинг как система партнерства. Субъекты и виды спонсоринга и фандрайзинга. Фандрайзинг как инструмент совершенствования системы финансирования организаций культуры и социально-культурной деятельности. Формы финансовой и материальной поддержки организаций социально-культурной сферы.

Литература [2, 4, 9].

Тема 4. Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы.

Методики работы с органами государственной власти и местного самоуправления. Характеристика основных форм организационно-экономического взаимодействия бизнеса и организаций социально-культурной сферы. Особенности применения патронажа, меценатства на современном этапе развития общества. Попечительский совет, благотворительность, информационное спонсорство, гранты, фонды как эффективные способы реализации социально-культурных проектов. Система благотворительных фондов. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные. Фонды прямого действия и региональные фонды. Основная классификация спонсоров. Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга. Роль информационных спонсоров в реализации спонсорского пакета. Особенности деятельности благотворительных фондов в разных сферах общественной жизни

Литература [2, 4, 9].

Тема 5. Привлечение спонсоров.

Система стимулирования спонсорства. Теоретические и практические методы спонсоринга. План-график фандрайзинга. Подготовка пакета документов. Методологические основы и этапы проведения переговоров с потенциальными спонсорами. Формирование бюджета проекта. Составляющие бюджета. Основные составляющие спонсорского пакета, особенности его формирования. Система гарантий спонсоров и организаторов. Юридические аспекты взаимодействия.

Литература [1-3, 6, 9].

Тема 6. Современная практика спонсоринга и фандрайзинга.

Взаимодействие спонсоров и организаторов. Контроль за выполнением обязательств. Фандрайзинговые и краудфандинговые платформы. Грантовые фонды, программы. Практика реализации социально культурных проектов в контексте спонсоринга и фандрайзинга. Современные тенденции проведения данных мероприятий. Системы отчетности в спонсоринге и фандрайзинге. Отчет (подготовка, предоставление) как неотъемлемая часть работы со спонсором. Основные способы проверки.

Литература [3,7,5,8,9].

Тема 7. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.

Роль и место спонсоринга и фандрайзинга в системе маркетинга. Фандрайзинг как система некоммерческого маркетинга. Взаимодействие спонсоринга и фандрайзинга с PR и рекламой. Система маркетинговых коммуникаций, используемая в спонсоринге и фандрайзинге. Задачи и функции спонсоринга и фандрайзинга в контексте маркетинговых коммуникаций. Инновационная форма спонсорства, применение Интернет технологий. Практика работы подразделений по фандрайзингу в PR-структурах. Основные направления PR-деятельности по фандрайзингу. Специфика PR-деятельности в фандрайзинге. Этический кодекс фандрайзера.

Литература [1, 2, 9].

Тема 8. Особенности развития спонсоринга и фандрайзинга в России и западных странах.

Практика и состояние рынка спонсоринга и фандрайзинга в России и США. Сравнительные характеристики и тенденции развития рынков спонсоринга и фандрайзинга в России и западных странах. Роль государственных фондов в фандрайзинге.

Литература [3, 7, 8].

6.2 Практические задания

Тема 1. Введение в спонсоринг и фандрайзинг.

Общее понятие фандрайзинга. Фандрайзинг как технология социальной работы. Вопросы для обсуждения: 1. Введение в основы фандрайзинга. 2. Основные принципы и правила фандрайзинговой деятельности. 3. Терминологический аппарат фандрайзинга: заявка, донор, грантодатель, благотворительность, меценат, спонсор, неприбыльный (некоммерческий проект), проект, некоммерческая (неприбыльная) организация, проектно-исследовательская деятельность. 4. Понятие социальной технологии. Фандрайзинг, как социальная технология.

Литература [1, 2].

Тема 2. Правовые аспекты фандрайзинга.

Вопросы для обсуждения. 1. Федеральное законодательство (обзор конституции, ряда законов, кодексов). 2. Региональное законодательство. 3. Нормативные акты на уровне организаций, предприятий. 4. Подготовка докладов и их обсуждение.

Литература [8-10].

Тема 3. Фандрайзинг и спонсоринг как виды профессиональной деятельности. Фандрайзер: нюансы профессии.

Вопросы для обсуждения: 1. Особенности профессии. 2. Плюсы и минусы профессии. 3. Важные личные качества фандрайзера. 4. Обучение на фандрайзера (вузы, курсы). 5. необходимые знания, технологии. 6. Примеры компаний с вакансиями фандрайзера.

Литература [2, 4, 9].

Тема 4. Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы.

Социальное партнерство, как механизм эффективного использования и сбора средств. Вопросы для обсуждения: 1. Сотрудничество трех секторов: государственного, коммерческого и общественного 2. Технологии социального партнерства: механизм их реализации; проблемы взаимодействия власти и общественности

Формы, методы и способы фандрайзинга. Вопросы для обсуждения: 1. Благодарности как форма и метод фандрайзинга. Ежегодный отчет. Сбор пожертвований. 2. Дополнительные инструменты фандрайзинга. 3. Акции по сбору частных пожертвований. 4. Привлечение общественности через СМИ, как эффективный способ фандрайзинговой деятельности. Социальная реклама

Литература [2, 4, 9].

Тема 5. Привлечение спонсоров.

Основные инструменты фандрайзинга: сетевое взаимодействие, письмо о намерениях; заявка на финансирование Вопросы для обсуждения: 1. Сеть. Сетевое взаимодействие. Примеры профессиональных сетей 2. Письмо о намерениях: понятие, специфика, постановка проблемы.

Технология планирования фандрайзинговой кампании. Подготовка спонсорского пакета документов Вопросы для обсуждения: 1. Обращение в фонды 2. Причины благотворительной деятельности фондов.

Литература [1-3, 6, 9].

Тема 6. Современная практика спонсоринга и фандрайзинга.

Проектный подход в фандрайзинге Вопросы для обсуждения: 1. Условия, необходимые для создания проекта 2. Основные требования к проекту, заявка на финансирование 3. Разделы проекта 4. Цель и задачи проекта 5. Содержание и механизм реализации проекта 6. Планирование, бюджет проекта 7. Требования к оформлению проектов.

Литература [3,7,5,8,9].

Тема 7. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.

Технология организации и проведения фандрайзинговых мероприятий (пресс-конференция, пресс-клиппинг, брифинг и др.) Вопросы для обсуждения: 1. Пресс-конференция 2. Пресс-клиппинг 3. Брифинг 4. Формы презентации: семплинг, дегустации, лотереи и т.п.

Рассмотрение инструментов фандрайзинга на примерах: массовые рассылки, использование раздаточных материалов, проведение встреч и переговоров, организация мероприятий (выставки, конференции), проведение рекламных акций.

Литература [1, 2, 9].

Тема 8. Особенности развития спонсоринга и фандрайзинга в России и западных странах.

Рассмотрение кейсов и лучших практик. Обзор основных фандрайзинговых и краудфандинговых платформ, грантовых фондов. Сравнительный анализ.

Литература [3, 7, 8].

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Основными формами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Фандрайзинг в социально-культурной сфере» является работа над темами для самостоятельного изучения и подготовка докладов к практическим занятиям.

Самостоятельная работа 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, направлению исследований в рамках курса;
- выполнение домашнего задания в виде доклад или подготовки презентации по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к зачету или экзамену.

7.1 Темы и задания для самостоятельных занятий

Студенты самостоятельно изучают основную и дополнительную литературу согласно перечню тем представленных п.5 «Структура учебной дисциплины». По заданию преподавателя в рамках самостоятельной работы п.7 «Содержание самостоятельной работы», предоставляют результаты самостоятельных занятий в различных форматах: устных и письменных докладах, презентациях.

В случае неуважительного пропуска занятий, студент по пропущенной теме подготавливает доклад.

Доклад является важной формой самостоятельной работы студентов дневной формы обучения. В процессе его подготовки студенты должны на основе полученных знаний глубоко изучить, проанализировать какую-либо актуальную тему, научиться самостоятельно находить, изучать и анализировать литературные источники, делать правильные, научно обоснованные выводы, использовать и анализировать статистические данные, определять тенденции, перспективы развития тех или иных процессов, давать теоретические и практические рекомендации.

Подготавливая доклады, студенты приобретают опыт работы с первоисточниками (журналами, сборниками, монографиями) и документами, учатся самостоятельно подбирать конкретный фактический материал, работать со статистическими справочниками, готовить графический и аналитический материал, логически и четко излагать свои мысли, связывать теоретические положения с конкретными практическими примерами. Работа не должна быть повторением уже изученного учебного материала, а должна продемонстрировать умение студента использовать полученные знания для более глубокого анализа в рамках выбранной для доклада темы, проблемного вопроса.

Темы для самостоятельной работы

1. Определение основных понятий "фандрайзинг", "спонсоринг" благотворительность, меценатство, попечительство, покровительство (патронаж), субсидия.
2. Предмет фандрайзинга.
3. Характеристика основных сходств и различий между фандрайзингом, краудфандингом, спонсорингом.
4. Фандрайзинг как целенаправленный, системный поиск спонсорских средств.
5. Исторический аспект фандрайзинга.

6. Причины, мотивации и приоритеты фандрайзинга в современном обществе.
7. Фандрайзинг как система партнерства.
8. Истоки и причины возникновения фандрайзинга как видов профессиональной деятельности.
9. Субъекты фандрайзинга.
10. Виды спонсоринга и фандрайзинга.
11. Взаимодействие фандрайзинга с PR и рекламой.
12. Этический кодекс фандрайзера.
13. Социальная сфера, как область наибольшего распространения фандрайзинга.
14. Методики работы с органами государственной власти и местного самоуправления
15. Характеристика основных форм организационно-экономического взаимодействия бизнеса и социально-культурной сферы.
16. Особенности применения патронажа, меценатства на современном этапе развития общества.
17. Попечительский совет, благотворительность, информационное спонсорство, гранты, фонды как эффективные способы реализации социально-культурных проектов.
18. Система благотворительных фондов. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные. Фонды прямого действия и региональные фонды.
19. Основная классификация спонсоров.
20. Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга.
21. Роль информационных спонсоров в реализации спонсорского пакета.
22. Приоритетные направления государственной молодежной политики.
23. Система стимулирования спонсорства.
24. Теоретические и практические методы спонсоринга.
25. План-график фандрайзинга.

7.2 Задания для контрольных работ

Контрольные работы предусмотрены для выполнения всеми студентами заочной формы обучения. Контрольная работа является составной частью самостоятельной работы студента заочной формы обучения по освоению программы дисциплины и предполагает предоставление письменного аналитического отчета, в котором студент должен на основе изученного материала и рассмотренных информационных источников подробно проанализировать заданную тему (которая определяется из предоставленного преподавателем списка тем в соответствии с порядковым номером студента в журнале посещаемости). Студент имеет право предложить собственную формулировку темы для контрольной работы и согласовать её с преподавателем ведущим дисциплину.

Изложение материала в контрольной работе должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью. Выполненная работа должна быть представлена в распечатанном виде (на кафедру не менее чем за 2 недели до начала сессии). Объем контрольной работы в распечатанном виде составляет не более 10-15 страниц (в случае необходимости, при использовании дополнительных материалов, выносимых в приложения, он может быть увеличен). В конце работы приводится перечень фактически использованной литературы с указанием фамилии автора, названия, издательства, места и года издания (оформленные согласно действующего ГОСТ по библиографической записи).

Темы работ

1. Спонсоринг и фандрайзинг. Определение основных понятий: благотворительность, меценатство, попечительство, покровительство (патронаж), субсидия.
2. Предмет спонсоринга и фандрайзинга.

3. Характеристика основных сходств и различий. Цели спонсорства и его основные направления.
4. Спонсоринг и фандрайзинг как виды профессиональной деятельности.
5. Истоки и причины возникновения спонсоринга и фандрайзинга как видов профессиональной деятельности.
6. Роль и место спонсоринга и фандрайзинга в системе маркетинга.
7. Субъекты и виды спонсоринга и фандрайзинга.
8. Взаимодействие спонсоринга и фандрайзинга с PR и рекламой.
9. Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы.
10. Система благотворительных фондов. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные. Фонды прямого действия и региональные.
11. Основная классификация спонсоров.
12. Методологические основы и этапы проведения переговоров с потенциальными спонсорами.
13. Формирование бюджета проекта.
14. Спонсорский пакет.
15. Юридические аспекты спонсоринга и фандрайзинга.
16. Современная практика спонсоринга и фандрайзинга.
17. Взаимодействие спонсоров и организаторов.
18. Системы отчетности в спонсоринге и фандрайзинге.
19. Отчет как неотъемлемая часть работы со спонсором. Основные способы проверки.
20. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.
21. Инновационная форма спонсорства, применение Интернет технологий.
22. Практика работы подразделений по фандрайзингу в PR-структурах.
23. Особенности развития спонсоринга и фандрайзинга в России и западных странах.
24. Практика и состояние рынка спонсоринга и фандрайзинга в России и США.
25. Сравнительные характеристики и тенденции развития рынков спонсоринга и фандрайзинга в России и западных странах.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

8.1 Тестовые задания

Простые тесты (с выбором одного варианта ответа)

1. Верно ли, что в случае, если сотрудники организации привлекают к разработке фандрайзинговой кампании экспертов консалтинговых центров, то данный вид фандрайзинга именуется «внешним»?

1. верно
2. неверно

2. Может ли некоммерческая организация выступать источником финансирования другой некоммерческой организации?

1. Да
2. нет

3. Встречи, визиты, приглашения на мероприятия – это

1. основные инструменты фандрайзинга
2. дополнительные инструменты фандрайзинга

4. Сеть, письмо о намерениях, заявка на финансирование – это

1. основные инструменты фандрайзинга
2. дополнительные инструменты фандрайзинга

5. Верно ли, что в расчеты бюджета проекта должны быть включены все налоги и платежи, вытекающие из национального законодательства?

1. верно
2. неверно

Тесты средней сложности (с выбором одного правильного варианта ответа).

6. Фандрайзинг – это:

- a) процесс привлечения денежных средств и иных ресурсов организацией (преимущественно некоммерческой) с целью реализации определённого социального проекта
- b) передача организацией, на основании договора, определённых бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области.
- c) оптимизация системы торговли, связанная с подготовкой товаров, их рекламой, а также стимулированием торговой деятельности (ценовые скидки, льготы, премии и т. п.)
- d) верного ответа нет

7. В каком случае увеличится вероятность получить денежные средства у спонсора:

- a) если мы просим деньги на поддержку своей организации
- b) если мы просим деньги на реализацию социально значимого проекта
- c) варианты равноценны
- d) верного ответа нет

8. Какие условия необходимы для успешного фандрайзинга?

- a) собирать досье на потенциальных спонсоров
- b) учитывать свой прошлый опыт сбора средств

- c) вести постоянный поиск источников финансирования
- d) все ответы верны

9. Письменное обращение с просьбой о выделении гранта (для коммерческого проекта аналогом будет его бизнес-план) – это

- a) просьба
- b) письмо
- c) заявка
- d) заявление

10. Частные лица или организации, подающие заявки на грант – это

- a) просители
- b) заявители
- c) грантодатели
- d) грантополучатели

11. Юридическое или физическое лицо, оказывающее материальную, финансовую, организационную и иную благотворительную помощь неприбыльным организациям на добровольной бескорыстной основе – это

- a) заявитель
- b) предприниматель
- c) донор
- d) верного ответа нет

12. Добровольное бескорыстное пожертвование физических и юридических лиц в форме предоставления получателям минимальной финансовой, организационной и иной благотворительной помощи – это

- a) благотворительность
- b) пожертвование
- c) подаяние
- d) нет верного ответа

13. Физическое лицо, оказывающее материальную, финансовую, организационную и иную благотворительную помощь на бескорыстной добровольной основе – это

- a) меценат
- b) спонсор
- c) супервизор
- d) все ответы верны

14. Юридическое или физическое лицо, оказывающее на добровольной и бесприбыльной основе материальную поддержку благотворительной деятельности в целях популяризации исключительно своего имени (названия), торговой марки и т.д.

- a) меценат
- b) спонсор
- c) супервизор
- d) все ответы верны

15. Подготовка проектов для донорских организаций, социальное партнёрство с органами власти, развитие корпоративности, связей с общественностью – это

- a) цель фандрайзинга
- b) задачи фандрайзинга
- c) принципы фандрайзинга

d) закономерности фандрайзинга

16. Сборщик ресурсов или специалист по привлечению финансовых средств – это

- a) фандрайзингмен
- b) фандрайзингвумен
- c) фандрайзер
- d) все ответы верны

17. Фонды, по видам осуществляемой деятельности делятся на

- a) фонды, предоставляющие гранты, организации, основной целью деятельности которых является организация и проведение программ грантов (Mott Foundation)
- b) фонды прямого действия - организации, получающие финансирование для реализации собственных программ (предоставление услуг, проведение исследований, тренингов и т.д.) - International Foundation for Social Adaptation
- c) фонды, предоставляющие гранты и одновременно реализующие собственные программы (Freedom House)
- d) все варианты верны

18. Местные, международные, национальные благотворительные фонды – в основу данной классификации положен критерий:

- a) по источникам финансирования
- b) по видам осуществляемой деятельности
- c) по географическому признаку
- d) . по сфере интересов

19. Беспроцентная возвратная финансовая помощь предоставляется НКО для реализации проектов, предполагающих получение доходов в результате осуществления деятельности по проекту – это

- a) грант
- b) возвратный грант
- c) грант на индивидуальную мобильность
- d) верного ответа нет

20. Проведение научно-исследовательской работы в другой стране с привлечением ресурсов разных библиотек и лабораторий – это

- a) грант
- b) возвратный грант
- c) грант на индивидуальную мобильность
- d) верного ответа нет

21. Благотворительное пожертвование (взнос), предоставляемое донорской организацией для реализации неприбыльного проекта или программы – это

- a) грант
- b) возвратный грант
- c) Грант на индивидуальную мобильность
- d) Верного ответа нет

22. С точки зрения периодичности проведения программы грантов делятся на :

- a) разовые конкурсы
- b) циклические конкурсы

- c) постоянные конкурсы
- d) все ответы верны

23. Благотворительная помощь, которая оказывается неприбыльным организациям предпринимательскими структурами; либо гранты, предполагающие софинансирование проекта бизнесом – это

- a) корпоративный грант
- b) начальный грант
- c) грант в натуральной форме
- d) перспективные гранты

24. Благотворительная помощь, предоставляемая на реализацию конкретного проекта или программы – это

- a) гранты общей поддержки
- b) гранты на программы или проекты
- c) гранты с частичным финансированием
- d) капитальные гранты

25. Если задачи фандрайзинга сводятся к поступлению конкретных средств под реализацию выделенных проектов, то реализуется

- a) проектный фандрайзинг
- b) оперативный фандрайзинг
- c) «внешний» фандрайзинг
- d) «внутренний» фандрайзинг

26. Как называется показатель фандрайзинговой деятельности, который показывает, сколько прибыли (разница между привлеченными средствами и расходами на фандрайзинг) приходится на единицу привлеченных от фандрайзинга средств

- a) коэффициент окупаемости расходов на фандрайзинг
- b) коэффициент рентабельности фандрайзинга
- c) нет верного ответа

27. Письмо о намерениях, как правило, состоит из основных разделов (исключите лишний раздел)

- a) введение
- b) описание организации
- c) постановка проблемы
- d) эмпирические данные

28. В проектном управлении часто используют методологию SMART. На что она направлена?

- a) для постановки проблемы
- b) для оценки цели и постановки задач
- c) для описания предполагаемого успеха
- d) верного ответа нет

29. Как называется документ, в котором отражена модель будущей деятельности организации по одному или нескольким направлениям, рассчитанной на достижение определенных результатов в будущем

- a) Устав
- b) Проект
- c) Концепция

- d) Программа
30. Пресс-клиппинг – это
- a) подборка газетных вырезок по определенному направлению, отсканированных страниц печатных СМИ, содержащих публикации по интересующим темам
 - b) письменное обращение с просьбой о выделении гранта
 - c) краткая пресс-конференция, посвященная рассмотрению одного вопроса
 - d) Поиски открытой информации из источников СМИ через базы данных
31. Если некоторые фонды оказывают помощь только юридическим лицам (организациям), а другие распространяют свое внимание и на проекты отдельных граждан, то это ограничение по показателю
- a) тематическому
 - b) типу поддержки
 - c) типу получателей грантов
 - d) географическому
32. Система обращения к потенциальным спонсорам и благотворителям в личной беседе – это
- a) Телефандрайзинг
 - b) Индивидуальный фандрайзинг
 - c) Полифандрайзинг
 - d) Соло фандрайзинг
33. Распространение бесплатных приглашений на культурные мероприятия, презентации и т.д.
- a) Телефандрайзинг
 - b) Индивидуальный фандрайзинг
 - c) Полифандрайзинг
 - d) Соло фандрайзинг
34. Из каких разделов состоит бюджет проекта (исключите лишний вариант ответа)
- a) оплата труда или индивидуальная финансовая поддержка
 - b) основные прямые расходы
 - c) непрямые расходы
 - d) все ответы верны
35. Если проект составлен на длительный срок, что целесообразно учесть при составлении бюджета проекта?
- a) деноминацию
 - b) инфляцию
 - c) безработицу
 - d) изменение законодательства
36. Если нет ограничений грантодающей организации по оплате труда персонала, как рассчитывается заработная плата персонала?
- a) в соответствии со стажем работы
 - b) в соответствии с имеющимися степенями и званиями
 - c) в соответствии с процентом занятости по проекту
 - d) в соответствии с имеющимся образованием
37. Канцелярские и расходные материалы для оборудования входят в раздел бюджета
- a) оплата труда персоналу

- b) основные прямые расходы
 c) непрямые расходы
 d) никуда не входит
- a) 38. Командировочные расходы входят в раздел бюджета
 b) оплата труда персоналу
 c) основные прямые расходы
 d) непрямые расходы
 e) никуда не входит
39. Этический Кодекс фандрайзеров в РФ утвержден в
 a) 2000 г.
 b) 2008 г.
 c) 2010 г.
 d) 2014 г
40. Принцип, при котором фандрайзеры действуют открыто и ответственно, заявляя о возникших или возможных конфликтах интересов. Они способствуют распространению достоверной и исчерпывающей информации о своей работе, расходовании пожертвований и затратах на фандрайзинг – это принцип
 a) честности
 b) уважения
 c) прозрачности
 d) верного ответа нет
41. Раздача пробных образцов торговой марки клиенту с целью ознакомления покупателей о торговой марке и предоставления возможности попробовать – это
 a) семплинг
 b) брифинг
 c) пресс-клиппинг
 d) верного ответа нет

Вопросы повышенного уровня сложности

Задания на сопоставление и установление последовательности

42. Сопоставьте термины и их определения

Понятия (термины)	Характеристик (Определения)
a) Субсидия	1) это форма финансовой помощи, предоставляемая организациям, учреждениям или индивидуумам для реализации конкретных проектов или программ, обычно не требуется возврат, но получение связано с выполнением определенных условий и обязательств, а частности по отчетности.
b) Грант	2) это безвозмездный денежный или материальный вклад, сделанный физическим или юридическим лицом в пользу благотворительной организации или проекта. Мо быть одноразовым или регулярным и не требует от получателя выполнения каких-либо условий.
c) Пожертвование	3) безвозмездный денежный или материальный вклад, часто используется в контексте систематических или целевых вкладов, которые делаются в поддержку конкретных благотворительных программ или мероприятий.

d) Благотворительный взнос	4) это финансовая помощь, предоставляемая государственными или местными органами власти, а также другими организациями для поддержки определенных проектов или инициатив. (ориентированных на социальные, экономические или экологические цели), может предоставляться на безвозмездной основе или с определенными условиями.
	5) привлечение средств от большого количества людей на определенных условиях

Ответ: a- , b- , c- , d-

43. Сопоставьте термины и их определения

Понятия (термины)	Характеристик (Определения)
a) Краудфандинг	1) это форма поддержки, при которой компания или организация предоставляет финансовую помощь или ресурсы в обмен на рекламные возможности или другие выгоды. Может применяться для поддержки мероприятий, программ или инициатив.
b) Спонсорство	2) это процесс привлечения средств для финансирования проектов, программ или организаций. Он включает в себя различные стратегии и методы, такие как пожертвования, гранты, спонсорство , получение субсидий, и т.д.
c) Фандрайзинг	3) это форма поддержки искусства, науки или других общественно полезных инициатив, при которой состоятельные люди делают значительные пожертвования или инвестиции для продвижения культурных или социальных проектов
d) Меценатство	4) это метод сбора средств, при котором финансирование осуществляется за счет небольших вкладов от большого числа людей, обычно через интернет-платформы. Этот подход позволяет реализовать проекты, которые могут не иметь доступа к традиционным источникам финансирования.
	5) особые благоприятные условия, создаваемые для чего-либо

Ответ: a- , b- , c- , d-

44. Упорядочите следующие этапы краудфандинговой кампании по последовательности их выполнения

этапы	последовательность
a) Подготовка рекламных материалов	1
b) Определение цели сбора средств	2
c) Запуск кампании на платформе	3
d) Привлечение аудитории и продвижение проекта	4
e) Выполнение обязательств перед поддержавшими проект	5

Правильный ответ: a- , b- , c- , d- , e-

45. Какие шаги необходимо предпринять для выбора подходящей платформы для краудфандинга? Упорядочите действия.

шаги	последовательность
a) Изучение условий и комиссий платформ	1
b) Оценка целевой аудитории	2
c) Сравнение функционала различных платформ	3

d) Определение типа проекта (социальный, творческий и т.д.)	4
e) Выбор платформы и регистрация	5

Правильный ответ: a- , b- , c- , d- , e-

46. Каковы основные шаги подготовки краудфандинговой кампании? Упорядочите их.

шаги	последовательность
a) Создание прототипа или образца продукта	1
b) Разработка маркетинговой стратегии	2
c) Составление бюджета и определение суммы сбора	3
d) Подготовка видеоролика и описания проекта	4
e) Тестирование идеи на фокус-группе	5

Правильный ответ: a- , b- , c- , d- , e-

47. Какие действия следует предпринять после завершения краудфандинговой кампании? Упорядочите их.

действия	последовательность
a) Отправка вознаграждений поддержавшим проект	1
b) Подведение итогов и анализ результатов	2
c) Обновление статуса проекта для инвесторов	3
d) Продолжение общения с аудиторией и поддержка интереса к проекту	4
e) Публикация отчетности о расходах и достижениях	5

Правильный ответ: a- , b- , c- , d- , e-

Задания на дополнение

Вставьте пропущенное слово, выражение

48. Грант – это _____ выплата организациям и физическим лицам в денежной или натуральной форме на определенные цели: проведение исследований, обучение, организацию проекта и другие цели с последующим отчетом об использовании средств

Ответ:

49. Краудфандинг – _____, _____, сбор средств на проект, как правило – через интернет.

Ответ:

50. Нетворкинг – создание _____1 _____, выстраивание _____2 _____ отношений, помогающих решать различные задачи.

Ответ: 1- ; 2 -

51. Сторителлинг – _____ и _____ прием, помогающий устанавливать межличностные связи.

Ответ:

8.2 Вопросы к зачёту и экзамену

1. Фандрайзинг как инструмент совершенствования системы финансирования организаций культуры и социально-культурной деятельности
2. Проблема совершенствования финансирования организаций культуры.
3. Фандрайзинг как средство поиска и сбора средств.
4. Основы фандрайзинга.
5. Принципы фандрайзинговой деятельности.
6. Фандрайзинг как гуманитарная технология социального партнёрства.
7. Формы финансовой поддержки организаций культуры.
8. Виды поддержки: финансовая, материальная помощь (техника, оборудование), информационная.
9. Основные направления Фандрайзинга.
10. Гранты как форма поддержки организаций культуры.
11. Виды и разновидности грантов.
12. Особенности участия в конкурсах грантов.
13. Фонд и основные направления деятельности фондов
14. Отечественные и зарубежные фонды.
15. Проект и составление заявки
16. Проект: его основные показатели и характеристика.
17. Структура проекта и характеристика основных компонентов.
18. Организация программы или проекта
19. Этапы разработки программы или проекта.
20. Заявка как форма проектирования.
21. Типы заявок и их структура.
22. Предварительный анализ и поиск источника поддержки.
23. Ожидаемые результаты и критерии их оценки.
24. Технология разработки региональных программ.
25. Сопроводительные документы, их типы и виды.
26. Специфика составления сопроводительных документов.
27. Подготовка и проведение фандрайзинговой компании.
28. Специальные события и мероприятия как формы фандрайзинга.
29. Предварительные контакты и учёт их особенностей при организации и проведения компании.
30. Воздействие маркетинга на создание репутации и привлечение финансовых средств.
31. Фандрайзинг и маркетинговые коммуникации.
32. Правовые аспекты фандрайзинга.
33. Законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие взаимоотношения с благотворительными организациями, юридическими и гражданскими лицами.
34. Система отчётности в фандрайзинге.
35. Подготовка и предоставление отчёта как неотъемлемая часть работы со спонсором.
36. Оценка эффективности фандрайзинговой компании.

9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

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

- методы IT – использование Internet-ресурсов для информационного поиска, использованием дополнительных информационных источников, использования различных сервисов для прохождения тестирования, контроля знаний, выполнения расчётов, моделирования, планирования;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин), реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний в рамках решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «Фандрайзинг в социально-культурной сфере» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в практических 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 практических занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные на самостоятельную подготовку, осуществляют коллективную дискуссию по конкретной проблематике. Такие занятия обеспечивают связь теории с профессиональной практикой. В их основе лежит индивидуальная или групповая работа обучающихся. Кроме того, в ходе практического занятия может быть проведено тестирование, предполагающее выявление уровня знаний по пройденному материалу.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

При проведении различных видов занятий используются интерактивные формы обучения:

Занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии
Практические занятия	<p>Кейс-метод (разбор конкретных ситуаций), дискуссии, коллективное решение творческих задач.</p> <p>Интерактивные вебинары – традиционная лекция с дискуссией, разбором, демонстрацией слайдов или фильмов.</p> <p>Голосование, опросы – обсуждение, в ходе которого ученики активно включаются в поиск истины, открыто делятся мнениями и учатся аргументировать свою точку зрения.</p> <p>Мозговой штурм – совместное генерирование идей и поиск нестандартных творческих решений.</p> <p>Проекты – самостоятельная работа над поставленной задачей.</p> <p>Тренинги – совместный поиск решения проблемы с последующим обсуждением.</p>

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
Теоретические вопросы для устного опроса в ходе собеседования	
отлично (5)	Студент в полном объеме владеет материалом по изучаемой теме. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения
хорошо (4)	Студент знает материал по изучаемой теме, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок.
удовлетворительно (3)	Студент не в полном объеме знает материал по изучаемой теме, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части материала по изучаемой теме. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.
Оценивание образовательных результатов, а также проявленных умений и навыков при проведении деловых игр, тренингов, решении творческих заданий, кейсов и т.п..	
отлично (5)	даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены практические задачи; при ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; ответы были чёткими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности; показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии. Правильных, корректных ответов более 80%
хорошо (4)	даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, при решении практических задач не всегда использовались рациональные методики расчётов; ответы в основном были краткими, но не всегда чёткими. Корректных ответов более 65%
Удовлетворительно (3)	даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач студент использовал прежний опыт и не применял новые методики выполнения расчётов, однако, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической

	последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы. Корректных ответов более 50%
неудовлетворительно (2)	не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым “удовлетворительно”. Корректных ответов менее 80%
Контрольная работа (ЗФО)	
зачтено	Работа демонстрирует достаточный уровень знаний студента, овладевшего элементами компетенции «знать» и «уметь». Если в контрольной работе присутствуют все структурные элементы, вопросы по заданному варианту раскрыты полно или имеются незначительные ошибки, изложение материала логично, выводы аргументированы. В списке источников достаточное количество позиций, нет грубых ошибок в его оформлении.
не зачтено	Контрольная работа демонстрирует неудовлетворительный уровень знаний студента, не овладевшего ни одним из элементов компетенции, т.е. обнаружившего существенные пробелы в знании основного программного материала по дисциплине, допустившего принципиальные ошибки при применении теоретических знаний. Если контрольная работа, выполнена небрежно, не по заданному варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению. В списке источников не достаточное количество позиций, имеются грубые ошибки в его оформлении.
Тестовое задание	
отлично (5)	Студент ответил на 85-100% вопросов.
хорошо (4)	Студент ответил на 55-84% вопросов.
удовлетворительно (3)	Студент ответил на 30-54% вопросов.
неудовлетворительно (2)	Студент ответил на 0-29% вопросов.
Промежуточная аттестация (экзамен, зачет с оценкой)	
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и

	навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.
Промежуточная аттестация (зачёт)	
Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
зачтено	Студент на протяжении периода обучения показал знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, при этом мог допустить незначительные погрешности в ответе. Студент посещал лекционные и практические занятия, активно участвовал в обсуждении вопросов, рассматриваемых на занятиях, инициативно выступал с докладами, продемонстрировал свободное владение основным материалом по программе дисциплины, основными понятиями и категориями курса, ориентируется в основной и дополнительной литературе по предмету, демонстрирует необходимые практические умения и навыки. В случае пропусков занятий или неудовлетворительных оценок, отработал положенную трудоемкость и усвоил пропущенный материал.
не зачтено	Студент при ответе на заданные вопросы не способен показать знания основных вопросов дисциплины, он не владеет основными категориями и понятиями дисциплины, а также практическими умениями и навыками..

11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная учебная литература:

1. Артемьева Т.В., Тульчинский Г.Л. Фандрайзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования. – СПб.: Издательство «Лань», 2010.– 144 с.
2. Зверева Т. Фандрайзинг для начинающих: как искать средства на благотворительный проект. – М.: Лепта Книга, 2016. – 200 с.
3. Дмитрий Даушев, Анна Клёцина, Ирина Меньшенина, Татьяна Тульчинская. Фандрайзинг: истории из российской практики. Сборник кейсов. – СПб.: ЦРНО, 2012.– 237 с.
4. Молчанова, О. П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций : учебник для бакалавриата и магистратуры / О. П. Молчанова. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 261 с. – Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9215F5B9-724F-4CAF-B83B5C4C35539A2F.
5. Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 422 с. –Режим доступа : www.biblioonline.ru/book/2966A025-2AC5-4E36-BE06-456F3F9ECE3B.
6. Албегова, И.Ф. Технология фандрайзинга для некоммерческих общественных организаций: учеб.-метод. пособие. / И.Ф. Албегова. – Ярославль: ЯРОО «ЦПНО», 2006. – 100 с.

7. Кузьмин А.М., Высоковская Е.А. Фандрайзинг Международные стандарты //Методы менеджмента качества : международный ежемесячный журнал для профессионалов в области качества / учредители: Всероссийская организация качества, ООО «РИА «Стандарты и качество» ; изд. ООО «РИА «СТАНДАРТЫ И КАЧЕСТВО» ; гл. ред. С.Э. Кедрова - М. : РИА «Стандарты и качество», 2015. - № 10. - 68 с.: Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429043>

Дополнительная литература:

8. Краудфандинг в сфере творческих (креативных) индустрий (результаты комплексного исследования). Информационное агентство InterMedia –Москва, 2023. – 36 с.

9. Краудфандинг и фандрайзинг как способы успешного привлечения ресурсов для устойчивой работы организации. Методические материалы. Белгородская региональная общественная организация «Центр социальных инициатив «Вера», 2017. – 39 с.

10. Информационное агентство InterMedia Юридическая компания «EVENT-ЮРИСТЫ» СФЕРА КУЛЬТУРЫ И КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ В РФ: ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО 2021 –Москва, 2021. – 136 с.

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. Для проведения лекционных и практических занятий используются специализированное оборудование, учебный класс, который оснащён аудиовизуальной техникой для показа лекционного материала и презентаций.

Для самостоятельной работы студенты используют литературу читального зала библиотеки Академии Матусовского, имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии, а также возможность использования компьютерной техники, оснащенной необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно-правовой и нормативной поисковой системой, имеющий выход в глобальную сеть Интернет.