

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УВР
_____ С.Н. Киселев
23.04.2024 г.

Фандрайзинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой Сестринское дело с курсом социальных дисциплин

Учебный план 390302-3-2022.plx
39.03.02 Социальная работа
Направленность "Социальная работа"

Квалификация Бакалавр

Форма обучения очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 44
самостоятельная работа 28
часов на контроль 36

Виды контроля в семестрах:
экзамены 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	17			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	20	20	20	20
Практические	24	24	24	24
Итого ауд.	44	44	44	44
Контактная работа	44	44	44	44
Сам. работа	28	28	28	28
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

старший преподаватель, Т.С. Вершинина _____

Рецензент(ы):

к.м.н., доцент, Л.П. Бандурко _____; д.м.н., к.э.н., профессор, В.Н. Кораблев _____

Рабочая программа дисциплины

Фандрайзинг

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 39.03.02 Социальная работа (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 76)

составлена на основании учебного плана:

39.03.02 Социальная работа

Направленность "Социальная работа"

утвержденного учёным советом вуза от 23.04.2024 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Сестринское дело с курсом социальных дисциплин

Протокол от _____ 2024 г. № ____

Зав. кафедрой к.м.н., доцент Е.В. Витько _____

Председатель методического совета факультета

И.В. Крапивина _____

Протокол от _____ 2024 г. № ____

1. ЦЕЛИ и ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Основной целью обучения по данной дисциплине является формирование теоретико-методологического базиса изучения следующих за курсом фандрайзинг профессиональных дисциплин, а также ознакомление студентов с сутью категории «фандрайзинг», с технологией проведения фандрайзинговой компании, методами и формами фандрайзинга. Курс носит теоретический характер.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.12
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Некоммерческие организации в медико-социальной сфере
2.1.2	Социальное проектирование и моделирование в социальной работе
2.1.3	Технология социальной работы
2.1.4	Психология социальной работы
2.1.5	Теория и практика социальных коммуникаций
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Современные теории социального благополучия
2.2.2	Инновационные формы и методы социальной работы в учреждениях здравоохранения
2.2.3	Технологии и социальные взаимодействия менеджмента различных специалистов при осуществлении социальной

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
УК-9.1:	Владеет терминологическим аппаратом экономических наук, методами использования экономических знаний в профессиональной практике, знает объективные основы функционирования экономики
УК-9.2:	Применяет экономические знания для решения задач профессиональной деятельности, а также краткосрочных и долгосрочных финансовых задач
ОПК-4: Способен к использованию, контролю и оценке методов и приемов осуществления профессиональной деятельности в сфере социальной работы	
ОПК-4.1:	Применяет основные методы и приемы профессиональной деятельности в сфере социальной работы
ОПК-4.2:	Оценивает эффективность применения конкретных методов и приемов профессиональной деятельности в сфере социальной работы
ОПК-4.3:	Применяет методы контроля в профессиональной деятельности в сфере социальной работы
ПК-9: Способен к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг и привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы, создания условий для обеспечения государственно-частного партнерства в процессе реализации социальной работы	
ПК-9.1:	Реализует маркетинговые технологии с целью формирования и развития рынка социальных услуг
ПК-9.2:	Использует возможности средств массовой информации и мультимедиа-ресурсов с целью привлечения внимания к социальным проблемам и формирования позитивного имиджа социальной работы и социального обслуживания
ПК-9.3:	Создает благоприятные условия для обеспечения государственно-частного партнерства в процессе реализации предоставления социальных и социальных услуг

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте. пакт.	Примечание
	Раздел 1. Фандрайзинг: понятие, природа и социальное значение						
1.1	Фандрайзинг: основные понятия и социальное значение /Лек/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.2	Нормативно-правовое регулирование фандрайзинговой деятельности /Лек/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		

				ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2			
1.3	Фандрайзинг: основные понятия и социальное значение /Пр/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.4	Общественное мнение в фандрайзинговой деятельности как условие оказания спонсорской помощи организациям и учреждениям социального сектора. /Пр/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э5		
1.5	Фандрайзинг: понятие, природа и социальное значение /Ср/	7	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.6	Фандрайзинг: понятие, природа и социальное значение. Устный опрос. /Экзамен/	7	6	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
	Раздел 2. Социально ориентированные некоммерческие организации как субъект фандрайзинговой деятельности						
2.1	Виды и технология разработки социальных проектов в деятельности СО НКО /Лек/	7	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3		
2.2	Виды и технологии разработки социальных проектов в деятельности СО НКО /Пр/	7	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3		
2.3	Гранты и виды грантовой поддержки социальных проектов СО НКО /Пр/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3		
2.4	Разработка проектов и программ в социальной сфере /Ср/	7	10	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3		
2.5	Разработка проектов и программ в социальной сфере. устный опрос,	7	14	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3		

	доклад /Экзамен/			ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2			
	Раздел 3. Фандрайзинговая кампания: правила организации и проведения						
3.1	Принципы и правила организации и проведения фандрайзинговых кампаний /Лек/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
3.2	Организационное обеспечение фандрайзинга /Лек/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
3.3	Алгоритм проведения фандрайзинговой кампании /Лек/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
3.4	Анализ эффективности фандрайзинга /Лек/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
3.5	Алгоритм проведения фандрайзинговой кампании /Пр/	7	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
3.6	Специальные мероприятия в проведении фандрайзинговой деятельности /Пр/	7	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
3.7	Анализ эффективности фандрайзинга /Пр/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
3.8	Фандрайзинговая кампания: формы и правила проведения /Ср/	7	8	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
3.9	Фандрайзинговая кампания: формы и правила проведения. Контрольная	7	8	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4		

	работа /Экзамен/			ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2			
	Раздел 4. Методы и технологии фандрайзинга						
4.1	Краудсорсинг, краудфандинг, социальный маркетинг как технологии фандрайзинга /Лек/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
4.2	Современные информационные технологии как средство развития современного фандрайзинга /Лек/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
4.3	Краудсорсинг, краудфандинг, социальный маркетинг как технологии фандрайзинга /Пр/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
4.4	Современные информационные технологии как средство развития современного фандрайзинга /Пр/	7	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
4.5	Современные технологии фандрайзинга /Ср/	7	6	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
4.6	современные технологии фандрайзинга. Круглый стол /Экзамен/	7	8	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ПК-9.1 ПК-9.2 ПК-9.3 УК-9.1 УК-9.2	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Контрольные (экзаменационные) вопросы и задания

1. Фандрайзинг: понятие и социальное значение
2. Фандрайзинг в Некоммерческих организациях и некоммерческий вид деятельности
3. Система государственного и негосударственного финансирования социальной сферы
4. Государственное регулирование некоммерческой деятельности
5. Спонсорство: виды спонсоров, актуальные направления спонсорства
6. Патронаж некоммерческой деятельности
7. Благотворительность: виды, формы, мотивация
8. Виды проектов и программ в социальной сфере
9. Технология (этапы) разработки проектов и программ
10. Маркетинг социальной сферы
11. Формы и методы фандрайзинга
12. Организационное обеспечение фандрайзинга
13. Планирование фандрайзинговой компании

14. Проведение фандрайзинговой компании
15. Коммуникативные навыки в фандрайзинговой деятельности
16. Контакты с потенциальными донорами: пошаговый алгоритм
17. Факторы и приемы личностного влияния при переговорах с донором
18. Психологические факторы эффективности общения
19. Специальные технологии фандрайзинга
20. Специальные мероприятия в фандрайзинговой деятельности
21. Фандрайзинг по почте и по телефону
22. Спонсорство в интернете
23. Анализ эффективности фандрайзинга
24. Проблемы развития спонсорства и благотворительности в России
25. Фандрайзинг как технология социального партнерства

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ для самоподготовки:

1. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) № 14-ФЗ от 26.01.1996 г.
2. Федеральный закон «О некоммерческих организациях» № 7-ФЗ от 12.01.1996 г. (ред. от 29.12.2010 г.)
3. Бареев, В.А. Фандрайзинг: привлечение средств на некоммерческую деятельность / В.А. Бареев // Монография. – СПб: ГУКИ, 2010
4. Дымникова, А. Фандрайзинг как особый вид предпринимательской деятельности в культуре / А. Дымникова // Монография. – СПб.: Питер, 2011.
5. Кошкина, М.В. О государственном финансировании некоммерческих организаций в сфере культуры и искусства / М.В. Кошкина // Некоммерческие организации в России – 2010, № 6. – С. 26
6. Переверзев, М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства / М.П. Переверзев. – М.: Инфра – М, 2010. – 192 с.
7. Рутковская, М. PR-технологии в привлечении инвестиций. Спонсоринг и фандрайзинг / М. Рутковская // Технологии современного фандрайзинга в социальной сфере – 2007, № 3. – С. 46
8. Самородов, В.Ю. Фонды местных сообществ: эффективная благотворительность. Опыт развития фондов местных сообществ в России / В.Ю. Самородов // Монография. – М.: САФ, 2006.
9. Тарасов, А.Б. Фандрайзинг в гуманитарных науках / А.Б. Тарасов // Аналитика и научное проектирование – 2010, № 1. – С. 167
10. Тульчинский, Г.Л. Маркетинг в сфере культуры / Г.Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова – М.: Лань, 2011. – 496 с.
11. Тульчинский, Г.Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры / Г.Л. Тульчинский, С.В. Герасимов, Т.Е. Лохина. – М.: Планета музыки, 2010. – 384 с.
12. Шекова, Е.Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций / Е.Л. Шекова. – М.: Лань, 2012. – 192 с.

5.2. Темы письменных работ (рефераты, контрольные)

1. Фандрайзинг: понятие, виды
2. Основные различия фандрайзинга и поиска инвестиций
3. Фандрайзинг в некоммерческих организациях и некоммерческой деятельности
4. Система государственного и негосударственного финансирования социальной сферы
5. Государственное регулирование деятельности в некоммерческой деятельности
6. Спонсорство и благотворительность: актуальные направления
7. Виды проектов и программ в социальной, культурной, образовательной сферах и сфере здравоохранения
8. Социальный маркетинг
9. Известные и авторитетные люди как метод фандрайзинга
10. Планирование фандрайзинговой кампании
11. Информационные документы и материалы фандрайзинговой деятельности
12. Контакты с потенциальными донорами: пошаговый алгоритм
13. Специальные технологии фандрайзинга
14. Спонсорство в интернете
15. Коммуникативные технологии социальных инвестиций

5.3. Фонд оценочных средств

Устный опрос
Коллоквиум
Проверка практического задания
Тестирование

5.4. Примеры оценочных средств (5 тестов, 2 задачи)

1. Количество выделяемых видов потенциальных доноров:
 1. 4
 2. 3
 3. 6
 4. 7
2. Деятельность по поиску и безвозмездному привлечению средств и других ресурсов для реализации идей/проектов:
 1. пиар
 2. финансовый менеджмент
 3. фандрайзинг
 4. спонсоринг

3. Количество основных видов фандрайзинга:
1. 3
2. 4
3. 5
4. 6.
4. Добровольная, безвозмездная помощь организациям, которые в силу различных причин не могут обеспечить себе нормальное функционирование
1. спонсорство
2. благотворительность
3. меценатство
4. донорство
5. Организация, не имеющая целью извлечение прибыли и не распределяющая полученную прибыль между своими участниками:
1. коммерческая
2. некоммерческая
3. частная
4. государственная
6. Спонсор, вносящий не менее 25% от всех привлекаемых спонсорских средств, называется:
1. официальным
2. генеральным
3. единственным
4. титульный
7. Пресса - это:
1. совокупность фирм и компаний, производящих многообразные услуги в целях удовлетворения запросов PR-рынка
2. мощная индустрия по производству массовых периодических печатных изданий
3. сообщение, подготовленное специалистами PR-службы, содержащее важную новость для широкой аудитории
4. перечень предлагаемых товаров и услуг
8. Определения эффективности этапа планирования осуществляется на этапе:
1. планирования
2. реализации
3. контроля
4. анализа
Задача
Разработайте план проведения специального мероприятия (на выбор из списка) и посчитайте эффективность. Приемы, презентации. Аукционы (знаменитостей, мечты). Премии и конкурсы. Лотереи. Вечера, обеды и балы. Именные места и увековечение памяти. Обходы домов и уличные сборы. Продажа мест для рекламы. Торговля, коммерция, платные услуги.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Шевченко Д.А.	Фандрайзинг образовательной организации. Учебное пособие	Дашков и К IPRbooks, 2018	1
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
Э1	Реклама и PR в малом и среднем бизнесе: [электронный ресурс] // Информационная поддержка маркетинговых коммуникаций для предпринимателей www.adbusiness.ru			
Э2	Корпоративный менеджмент: [электронный ресурс] // Особенности маркетинга в сфере культуры www.cfin.ru			
Э3	Сообщество профессионалов по привлечению: [электронный ресурс] // Этический кодекс фандрайзера 2000-3000 www.fundraising.ru			
Э4	Даушев, Д. Краткое введение в фандрайзинг / Д. Даушев [электронный ресурс] https://ngokitchen.ru/kratkoe-vvedenie-v-fandrajzing/			

Э5	Фандрайзинговые технологии в социальной сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие: Н.А. Бутрим, Л.В. Хотимова; Федер. гос. бюдж. образоват. учреждение высш. образования «Сыктыв. гос. ун-т им. Питирима Сорокина». – Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2018. http://e-library.syktu.ru/megapro/Download/MObject/608/%D0%91%D1%83%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BC%20%D0%9D.%D0%90.,%20%D0%A5%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9B.%D0%92.%20%D0%A4%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%B0%D0%B9%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5.pdf
----	---

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Программа Statsoft Statistica версия 6.1 серия: 1203d (3 лицензии), Номер эл. ключа: БЯВ08I29 0849y21506A01
6.3.1.2	Антивирус Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Стандартный (537 лицензий), 1D24-141222-075052
6.3.1.3	Программное обеспечение Microsoft Office (537 лицензий), лицензии 40745181, 41710912, 42042490, 42095524, 42579648, 42579652, 42865595, 43187054, 43618927, 44260390, 44260392, 44291939, 44643777, 44834966, 44937940, 45026378, 45621576, 45869271, 46157047, 46289102, 46822960, 47357958, 47558099, 48609670, 48907948, 49340641, 49472543, 60222812, 60791826, 60948081, 61046678, 61887281, 62002931, 62354902, 62728014, 62818148
6.3.1.4	Программа Abbyy Fine Reader 10 сетевая версия (25 лицензий), идентификационный номер пользователя:30419

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Консультант Плюс
6.3.2.2	Электронная библиотека IPR Books
6.3.2.3	IPRbooks
6.3.2.4	Электронная библиотека ДВГМУ

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Оснащение и ПО	Вид работ
УК-1-334	Практические занятия, лекции	Стол (6), стул (15), баннеры (5), доска (1)	Лек, Пр
УК-1-328-Читальный зал	Читальный зал	• библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет	Ср