

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.09.01 Спонсорство и фандрайзинг

Автор:

Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций. Богуславский Сергей Михайлович

Код и наименование направления подготовки, профиля: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Диджитал реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать знания, умения и навыки в рамках осваемых ключевых компетенций в соответствии с матрицей и паспортами компетенций ОП ВО, необходимых для будущей профессиональной деятельности работника сферы рекламы и связей с общественностью; сформировать умения для самостоятельной работы, научить обучающихся профессиональному подходу к изучению дисциплины; правильной самоорганизации учебного процесса и во внеучебной деятельности

Содержание дисциплины

Тема 1. История благотворительности и социальной работы

Зарождение благотворительности в России. Благотворительность дореволюционной России. Октябрьская революция и прекращение благотворительной деятельности. Первые фонды в новой России. Развитие спонсорства и благотворительности на рубеже веков. Современное состояние рынка. Благотворительные фонды в России. История возникновения и развития.

Тема 2. Зарубежный и российский опыт фандрайзинга

Социально-экономические условия для развития фандрайзинга. Спонсорство и благотворительность в США. Спонсорство в Европе. Опыт стран Центральной Азии и СНГ. Правовое поле фандрайзинга в России: обзор законодательства (законодательство о культуре, рекламе, благотворительности, некоммерческих организациях, бюджетное и налоговое законодательство).

Тема 3. Деятельность в сфере привлечения средств

Понятие «фандрайзинг». Фандрайзинг как способ привлечения средств для реализации социально значимых задач и финансирования проектов.

Понятие спонсорства. Понятие благотворительности. Понятие меценатства.

Поиск и выбор источников

финансирования. Структуры грантодающих институтов и организаций. Их классификация.

Межгосударственные институты и программы финансирования.

Государственные структуры и механизмы финансирования в России. Частные и негосударственные фонды и принципы их деятельности.

Тема 4. Принципы и технологии фандрайзинга

Спонсорство, кампании по привлечению средств, иные технологии и приемы фандрайзинга. Неправительственные благотворительные организации и коалиции. Основные понятия фандрайзинга. Стратегия фандрайзинга. Основные направления деятельности

фондов и грантодающих организаций. Виды фондов, грантов и программ. Поиск российских и зарубежных фондов с помощью Интернета. Грантовые программы, выставяемые фондами. Анализ программ и видов грантовой поддержки. Гранты и виды грантовой и финансовой поддержки исследований и науки. Финансовая помощь для студентов, аспирантов, молодых ученых и научных работников. SWOT анализ. PEST анализ.

Тема 5. Подготовка документации: спонсорский пакет, грантовая заявка

Постановка проблемы. Цели и задачи проекта. Отличие проекта от спонсорского пакета и грантовой заявки. Составление спонсорского пакета. Медиа план. Расчет стоимости спонсорского пакета. Заявка как форма проектирования. Составление заявки: общие рекомендации. Типы заявок и их структура. Виды грантовых заявок. Составление типовой заявки. Основные требования фондов. Основные ошибки при оформлении документации. Аннотация заявки. Сопроводительные документы: типы и виды. Специфика составления сопроводительных документов. Приложения к заявке. Схема планирования проекта.

Тема 6. Экспертиза заявок. Оценка эффективности фандрайзинга

Экспертиза и экспертный совет. Причины отклонения заявок фондами. Методы и этапы реализации проекта.

Ожидаемые результаты, эффекты и критерии их оценки. Мониторинг: внешний и внутренний. Формы отчетности. Критерии оценки эффективности коммуникации со спонсором. Основные ошибки при планировании и осуществлении фандрайзинга.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

при проведении занятий лекционного типа:

- занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:

- диспуты, доклады, рефераты, тестирование

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

- домашние задания

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета с оценкой в форме устного ответа на вопросы.

Основная литература:

1. Туркин С. Как выгодно быть добрым: Сделайте свой бизнес социально ответственным / Туркин С.. — Москва : Альпина Бизнес Букс, 2019. — 381 с. — ISBN 5-9614-0472-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82874.html>
2. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Мазилкина Е.И.. — Москва : Эксмо, 2010. — 192 с. — ISBN 978-5-699-40886-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/907.html>
3. Кожевников О.А. Право некоммерческих организаций : учебное пособие / Кожевников О.А.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 280 с. — ISBN 978-5-394-01352-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75207.html>