

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

Краснодарский филиал Финуниверситета

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Краснодарского филиала
Финуниверситета, к.э.н.

 Э.В. Соболев

« 31 » августа 2021 г.



Грибок Наталья Николаевна

ФАНДРАЙЗИНГ В БИЗНЕСЕ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент»,
ОП «Управление бизнесом», профиль «Менеджмент индустрии
гостеприимства и туризма»
очно-заочная форма обучения

*Рекомендовано Ученым советом Краснодарского филиала Финуниверситета
(протокол № 42 от «31» августа 2021 г.)*

*Одобрено кафедрой «Менеджмент и маркетинг»
(протокол № 7 от «26» августа 2021 г.)*

Краснодар 2021

УДК 336.6
ББК 65.26
Г 82

Рецензенты:

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Экономики и внешнеэкономической деятельности» ФГОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет» **Белова Л.В.**

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг» Финуниверситета (Краснодарский филиал) **Рубин А.Г.**

Грибок Н.Н.

Фандрайзинг в бизнесе. Программа дисциплины для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» ОП «Управление бизнесом», профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма» — Краснодар: Краснодарский филиал Финуниверситета, кафедра «Менеджмент и маркетинг», 2021. – 58 с.

Дисциплина Б1.В.03.ДВ.01.01 «Фандрайзинг в бизнесе» входит в вариативную часть цикла дисциплин образовательной программы «Управление бизнесом» для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма».

Рабочая программа дисциплины содержит перечень результатов освоения дисциплины, место дисциплины в структуре ОП, объем дисциплины в зачетных и академических часах, содержание дисциплины и форм текущего контроля успеваемости, перечень учебно-методического обеспечения, основной и дополнительной учебной литературы, программного обеспечения и информационных справочных систем, фонд оценочных средств, методические указания, описание материально-технической базы.

Учебное издание

Грибок Наталья Николаевна

Фандрайзинг в бизнесе

Рабочая программа дисциплины

Формат 60×90/16. Гарнитура TimesNewRoman

*Усл. п.л. Изд. № _____ от _____. Тираж 100 экз.
Заказ № _____*

Отпечатано в Краснодарском филиале Финуниверситета

© Грибок Н.Н. 2021

© Краснодарский филиал Финуниверситета, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1	Наименование дисциплины	4
2	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.	4
3	Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
4	Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	7
5	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	8
5.1	Содержание дисциплины	8
5.2	Учебно-тематический план	11
5.3	Содержание семинаров, практических занятий	12
6	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	20
6.1	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	20
6.2	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	22
7	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	24
8	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	43
9	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	44
10	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	46
11	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	56
11.1	Комплект лицензионного программного обеспечения	56
11.2	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	56
11.3	Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации	56
12	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	58

1. Наименование дисциплины

Б1.В.03.ДВ.01.01 «Фандрайзинг в бизнесе»

Цель дисциплины:

Формирование у будущего бакалавра рыночного мировоззрения, понимания необходимости развития комплексных и индивидуальных социальных проектов для привлечения дополнительных финансовых средств.

Задачи дисциплины:

- изучение истории развития фандрайзинга;
- рассмотрение теоретических и методологических вопросов изучения возможностей гуманитарной, благотворительной и предпринимательской деятельности в отечественных и зарубежных исследованиях;
- определение специфики условий формирования и эволюции фандрайзинга в социальной работе;
- анализ современных отечественных и международных бизнес-структур, успешных примеров применения фандрайзинга;
- типизация основных категорий предпринимателей, их ценностные ориентации и социально-психологические особенности.

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Совместно с другими дисциплинами профессионального цикла ОС ФУ учебная дисциплина Б1.В.03.ДВ.01.01 «Фандрайзинг в бизнесе» обеспечивает инструментарий формирования профессиональных компетенций бакалавра менеджмента:

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины Б1.В.03.ДВ.01.01 «Фандрайзинг в бизнесе»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
<i>Профессиональные компетенции направления (ПКН)</i>			
ПКН-8	владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов) разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон	1. Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария.	- <i>знать</i> основные методы проведения стратегического анализа, особенности применения стратегического анализа при реализации маркетинговых мероприятий - <i>уметь</i> Применять методы стратегического анализа при разработке и осуществлении стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон
		2. Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации.	<i>Знать</i> Методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений <i>уметь</i> выбирать необходимые инструменты, определять необходимость применения инструментов управления деятельностью организации
		3. Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций и не копируемых конкурентных преимуществ компании.	<i>знать</i> инструменты, методы и технологии формирования не копируемых конкурентных преимуществ компании; <i>уметь</i> проводить стратегический анализа микро и макро среды организации, оценку конкурентоспособности организации

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.03.ДВ.01.01 «Фандрайзинг в бизнесе» входит в модуль дисциплин, инвариантных для направления подготовки, отражающих специфику филиала.

В методическом плане Б1.В.03.ДВ.01.01 «Фандрайзинг в бизнесе», опирается на знания, умения и компетенции, сформированные при изучении дисциплин: «Основы бизнеса», «Социология управления».

Знания и умения, полученные в процессе изучения дисциплины «Фандрайзинг в бизнесе» могут быть использованы при обучении студентов по различным дисциплинам профессионального цикла, в частности дисциплины «Организация и планирование промо-мероприятий (практикум)», а также при написании выпускной квалификационной (бакалаврской) работы, в процессе решения круга задач профессиональной деятельности в дальнейшем.

Таблица 2 - Междисциплинарные связи тем дисциплины с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	Номера разделов (тем) данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин					
		1	2	3	4	5	6
1	Организация и планирование промо-мероприятий (практикум)	*	*	*	*	*	*

4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию).

Для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма» очно-заочная форма обучения общая трудоёмкость дисциплины Б1.В.03.ДВ.01.01 «Фандрайзинг в бизнесе» составляет 3 зач.ед., 108 часов, изучается на 2 курсе (3 семестр) (таблица 3).

Таблица 3 – Трудоемкость дисциплины Б1.В.03.ДВ.01.01 «Фандрайзинг в бизнесе» для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма» очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего	Семестр (модуль) 3
Общая трудоёмкость дисциплины	108/3	108/3
Аудиторные занятия	20	20
Лекции	8	8
Практические и семинарские занятия,	12	12
в т.ч. в интерактивных формах	10	10
Самостоятельная работа	88	88
<i>В семестре</i>	88	88
<i>В сессию</i>	-	-
Вид текущего контроля	Реферат	Реферат
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1 Содержание дисциплины

Тема 1. Российское предпринимательство и формирование системы фандрайзинга

Особенности современного российского предпринимательства. Современная структура российского предпринимательства. Общественное мнение о новых российских предпринимателях. Основные черты современного предпринимательства. Основные ценностные ориентации современных российских предпринимателей. Социальное предпринимательство и социальное проектирование: сходство и отличие. Цели и задачи проектов в бизнесе и социальной сфере. Среда социального проекта. Коммерческие и некоммерческие организации в проектировании.

Тема 2. Фандрайзинг в системе ресурсного обеспечения проектов в сфере туризма.

Основные ресурсы проектной деятельности: трудовые ресурсы, материальные и не материальные ресурсы, финансовая поддержка проектов. Механизмы ресурсного обеспечения проекта. Технологии привлечения ресурсов.

Меценатство и Благотворительность: цели, задачи, сходство и отличие. Предпосылки развития меценатства и благотворительности в России. Современные меценаты и благотворители.

Спонсоринг. Цели мероприятий спонсоринга. Виды спонсоринга. Объекты и субъекты спонсоринга.

Фандрайзинг. Принципы фандрайзинга. Этические аспекты фандрайзинговой деятельности. Виды фандрайзинга. Внутренний и внешний фандрайзинг. Проектный и оперативный фандрайзинг. Научный

фандрайзинг. Финансовый и маркетинговый фандрайзинг. Источники фандрайзинга. Инвесторы. Спонсоры. Доноры. Меценаты. Грантодатели. Грантовые конкурсы. Возможные субсидии. Виды и размеры субсидий.

Краундфандинг. Виды краудфандинга: Reward crowdfunding; Debt crowdfunding; Equity crowdfunding:

Тема 3. Проведение фандрайзинговой кампании.

Организационное обеспечение фандрайзинга. Материально-техническое обеспечение фандрайзинга. Документы и материалы.

Виды стратегий в фандрайзинге. Определение и разработка стратегии для реализации фандрайзинговых проектов.

Инструментарий фандрайзинга. Контакты с потенциальными донорами. Алгоритм действия. Письмо-предложение. Личные переговоры. Действия при позитивном отклике. Действия при негативном отклике. Выражение благодарности.

Специальные мероприятия. Приемы и презентации Конкурсы и премии. Аукционы. «Натуральное» спонсорство. Лотереи. Вечера, обеды и балы. Именные места, увековечение благодарной памяти. Обходы домов и уличные сборы. Продажа мест для рекламы. Торговля, коммерция, платные услуги.

Анализ эффективности фандрайзинга.

Тема 4. Социально-коммуникационная основа фандрайзинга

Социальные коммуникации как основа общения и делового взаимодействия. Семантическая природа социальных коммуникаций в сфере фандрайзинга. Невербальные средства коммуникаций. Основные способы вербальной коммуникации в сфере фандрайзинга. Невербальные средства коммуникации в управленческой среде и предпринимательстве. Роль и место навыков социального проектирования в фандрайзинговых технологиях.

Социологические аспекты общения и делового взаимодействия в управленческой среде и деловом мире. Основные характеристики процесса общения (целенаправленность, нормативность, результативность). Критерии результативности общения в сфере управления. Деловые переговоры как основная форма взаимодействия и общения в сфере фандрайзинга.

Тема 5.Онлайн - фандрайзинг в России: приёмы реализации.

Телефандрайзинг. Спонсорский пакет. Информационные спонсоры. Спонсорство в Интернете.

Онлайн-фандрайзинг. Цикл фандрайзинга. Основные приёмы и методы Онлайн-фандрайзинга. Интернет-эквайринг. Каналы фандрайзинга в Сети.

Сайт. Социальные сети. Email-рассылка. Реализация сувенирной благотворительной продукции в Сети.Онлайн-сервисы.

Тема 6. Правовое регулирование и саморегулирование фандрайзинговой деятельности.

Законодательные и нормативно-правовые акты. Конституция российской федерации. Федеральный закон от 11 августа 1995 г. О благотворительной деятельности и благотворительных организациях.

Благотворительная деятельность. Право на осуществление благотворительной деятельности. Условия и порядок осуществления деятельности благотворительной организации. Деятельность благотворительной организации. Источники формирования имущества благотворительной организации. Имущество благотворительной организации. Благотворительная программа. Государственная регистрация благотворительной организации.

Поддержка благотворительной деятельности органами государственной власти и органами местного самоуправления. Контроль за осуществлением благотворительной деятельности.

Деятельность некоммерческих организаций и грантодающих благотворительных фондов и организаций регулируется законодательными и нормативно-правовыми актами.

Саморегулируемые организации. Этический кодекс фандрайзера. Профессиональные стандарты деятельности.

5.2. Учебно - тематический план

Таблица 4 – Распределение бюджета времени при изучении дисциплины «Фандрайзинг в бизнесе» для студентов очно-заочной формы обучения направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма»

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Трудоемкость в часах Очно-заочная форма обучения						Формы текущего контроля успевае- мости
		Всего	Аудиторная работа				Самос- стоя- тельная работа	
			Об- щая	Лек- ции	Практи- ческие и семинар- скиезаня- тия	Занятия в интер- актив- ных формах		
1.	Тема 1. Российское предпринимательств о и формирование системы	17	3	1	2	-	14	опрос
2.	Тема 2. Фандрайзинг в системе ресурсного обеспечения проектов в сфере туризма	18	3	1	2	2	15	Выполнение разноуровнев ых заданий, тестов
3.	Тема 3. Проведение фандрайзинговой кампании	19	4	2	2	2	15	Выполнение разноуровнев ых заданий, тестов
4.	Тема 4. Социально- коммуникационная основа фандрайзинга	18	3	1	2	2	15	Выполнение разноуровнев ых заданий, тестов
5.	Тема 5. Онлайн - фандрайзинг в России: приёмы реализации	19	4	2	2	2	15	Выполнение разноуровнев ых заданий, тестов

6.	Тема 6. Правовое регулирование и саморегулирование фандрайзинговой деятельности	17	3	1	2	2	14	опрос
	Итого	108	20	8	12	10	88	

5.3. Содержание практических и семинарских занятий

Учебный материал, полученный студентами в ходе лекций, «закрепляется» на семинарских занятиях. К каждому семинарскому занятию студент должен тщательно готовиться (в тематическом плане указано рекомендуемое для этого время).

Цель проведения практических занятий — более глубокое усвоение студентами теоретических знаний и формирование навыков их применения в практической деятельности.

Обсуждение теоретического материала производится согласно вопросам, которые указаны в рабочей программе дисциплины.

Решение задач направлено на закрепление теоретических знаний.

Формы промежуточного контроля усвоения материала студентами по дисциплине представляют опрос теоретического материала, ответы на вопросы тестов, решение ситуационных задач по темам курса.

По итогам изучения дисциплины, обязательного решения задач согласно списку вопросов и успешной защиты контрольной работы, студентом сдается экзамен.

Содержание практических занятий для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма» представлено в таблице 5.

Таблица 5 - Трудоемкость практических занятий по дисциплине Б1.2.3.4.5. «Фандрайзинг в бизнесе» для направления подготовки

38.03.02«Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма»

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
3 семестр		
Тема 1. Российское предпринимательство и формирование системы фандрайзинга	<ol style="list-style-type: none"> 1. Современная структура российского предпринимательства. 2. Общественное мнение о новых российских предпринимателях. Основные черты современного предпринимательства. Основные ценностные ориентации современных российских предпринимателей. 3. Социальное предпринимательство и социальное проектирование: сходство и отличие. 4. Цели и задачи проектов в бизнесе и социальной сфере. 5. Среда социального проекта. 6. Коммерческие и некоммерческие организации в проектировании <p>Рекомендуемые источники Раздел №8(6,7,8), Раздел №9(1,4,6)</p>	Опрос. Дискуссия по актуальным вопросам темы. Заслушивание докладов. Выполнение тестовых заданий
Тема 2. Фандрайзинг в системе ресурсного обеспечения проектов в сфере туризма	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные ресурсы проектной деятельности: трудовые ресурсы, материальные и нематериальные ресурсы, финансовая поддержка проектов. 2. Механизмы ресурсного обеспечения проекта. 3. Технологии привлечения ресурсов. 4. Меценатство и Благотворительность. 5. Спонсоринг. 6. Фандрайзинг. 7. Возможные субсидии. Виды и размеры субсидий. 8. Краудфандинг. Виды краудфандинга: Rewardcrowdfunding; Debtcrowdfunding; Equity crowdfunding; <p>Рекомендуемые источники: Раздел №8 (6,7,8), Раздел №9 (1,4,6)</p>	Опрос. Дискуссия по актуальным вопросам темы. Заслушивание докладов. Выполнение кейсов, тестовых заданий

Тема 3. Проведение фандрайзингов ой кампании	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организационное обеспечение фандрайзинга. 2. Материально-техническое обеспечение фандрайзинга. Документы и материалы. 3. Виды стратегий в фандрайзинге. 4. Инструментарий фандрайзинга. 5. Анализ эффективности фандрайзинга. <p>Рекомендуемые источники: Раздел №8 (6,7,8), Раздел №9 (1,4)</p>	Опрос. Дискуссия по актуальным вопросам темы. Заслушивание докладов. Выполнение кейсов, тестовых заданий
Тема 4. Социально-коммуникацион ная основа фандрайзинга	<ol style="list-style-type: none"> 1. Социальные коммуникации как основа общения и делового взаимодействия. 2. Семантическая природа социальных коммуникаций в сфере фандрайзинга. 3. Невербальные средства коммуникаций. 4. Основные способы вербальной коммуникации в сфере фандрайзинга. 5. Невербальные средства коммуникации в управленческой среде и предпринимательстве. <p>Рекомендуемые источники: Раздел №8 (6,7,8), Раздел №9 (4,5,6,8)</p>	Опрос. Дискуссия по актуальным вопросам темы. Заслушивание докладов. Выполнение кейсов, тестовых заданий
Тема 5. Онлайн - фандрайзинг в России: приёмы реализации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Телефандрайзинг. 2. Спонсорский пакет. 3. Информационные спонсоры. 4. Спонсорство в Интернете. 5. Онлайн-фандрайзинг. 6. Цикл фандрайзинга. 7. Основные приёмы и методы Онлайн-фандрайзинга. 8. Интернет-эквайринг. 9. Каналы фандрайзинга в Сети. <p>Рекомендуемые источники: Раздел №8 (6,7,8), Раздел №9 (1,4)</p>	Опрос. Дискуссия по актуальным вопросам темы. Заслушивание докладов. Выполнение кейсов, тестовых заданий
Тема 6. Правовое регулирование и саморегулирован ие фандрайзинговой деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Законодательные и нормативно-правовые акты. 2. Деятельность благотворительной организации. 3. Поддержка благотворительной деятельности органами государственной власти и органами местного самоуправления. 4. Контроль за осуществлением благотворительной деятельности. 5. Деятельность некоммерческих организаций и грантодающих благотворительных фондов и организаций регулируется законодательными и нормативно-правовыми актами. 6. Саморегулируемые организации. 7. Этический кодекс фандрайзера. 8. Профессиональные стандарты деятельности. <p>Рекомендуемые источники: Раздел №8 (6,7,8), Раздел №9 (1,4,6)</p>	Презентация практической работы. Контрольный тест

Тема 1. Российское предпринимательство и формирование системы фандрайзинга

Целью проведения семинарского занятия по данной теме является закрепление и проверка знаний по теме лекции, обсуждение дискуссионных вопросов, связанных с пониманием роли фандрайзинга в жизни современного общества.

Вопросы для контроля знаний и обсуждения:

1. Современная структура российского предпринимательства.
2. Общественное мнение о новых российских предпринимателях. Основные черты современного предпринимательства. Основные ценностные ориентации современных российских предпринимателей.
3. Социальное предпринимательство и социальное проектирование: сходство и отличие.
4. Цели и задачи проектов в бизнесе и социальной сфере.
5. Среда социального проекта.
6. Коммерческие и некоммерческие организации в проектировании.

Тема 2. Фандрайзинг в системе ресурсного обеспечения проектов в сфере туризма.

Целью проведения семинарского занятия по данной теме является закрепление и проверка знаний по теме лекции, обсуждение дискуссионных вопросов, связанных с пониманием ресурсов фандрайзинга и механизмов ресурсного обеспечения.

Вопросы для контроля знаний и обсуждения:

1. Основные ресурсы проектной деятельности: трудовые ресурсы, материальные и не материальные ресурсы, финансовая поддержка проектов.
2. Механизмы ресурсного обеспечения проекта.
3. Технологии привлечения ресурсов.
4. Меценатство и Благотворительность: цели, задачи, сходство и отличие.

5. Предпосылки развития меценатства и благотворительности в России.
6. Современные меценаты и благотворители.
7. Спонсоринг. Цели мероприятий спонсоринга.
8. Виды спонсоринга. Объекты и субъекты спонсоринга.
9. Фандрайзинг. Принципы фандрайзинга.
10. Этические аспекты фандрайзинговой деятельности.
11. Виды фандрайзинга. Внутренний и внешний фандрайзинг.
12. Виды фандрайзинга. Проектный и оперативный фандрайзинг.
13. Виды фандрайзинга. Научный фандрайзинг. Финансовый и маркетинговый фандрайзинг.
14. Источники фандрайзинга. Инвесторы. Спонсоры. Доноры. Меценаты. Грантодатели. Грантовые конкурсы.
15. Возможные субсидии. Виды и размеры субсидий.
16. Краундфандинг. Виды краундфандинга: Reward crowdfunding; Debt crowdfunding; Equity crowdfunding;

Тема 3. Проведение фандрайзинговой кампании.

Целью проведения семинарского занятия по данной теме является закрепление и проверка знаний по теме лекции, обсуждение дискуссионных вопросов, связанных с пониманием стратегии фандрайзинга.

Вопросы для контроля знаний и обсуждения:

1. Организационное обеспечение фандрайзинга.
2. Материально-техническое обеспечение фандрайзинга. Документы и материалы.
3. Виды стратегий в фандрайзинге. Определение и разработка стратегии для реализации фандрайзинговых проектов.
4. Инструментарий фандрайзинга.

5. Контакты с потенциальными донорами. Алгоритм действия. Письмо-предложение. Личные переговоры. Действия при позитивном отклике. Действия при негативном отклике. Выражение благодарности.

6. Специальные мероприятия.

7. Приемы и презентации.

8. Конкурсы и премии. Аукционы. «Натуральное» спонсорство. Лотереи.

9. Вечера, обеды и балы.

10. Именные места, увековечение благодарной памяти.

11. Обходы домов и уличные сборы.

12. Продажа мест для рекламы.

13. Торговля, коммерция, платные услуги.

14. Анализ эффективности фандрайзинга.

Тема 4. Социально-коммуникационная основа фандрайзинга

Целью проведения семинарского занятия по данной теме является закрепление и проверка знаний по теме лекции, обсуждение дискуссионных вопросов, связанных с пониманием коммуникативной основы фандрайзинга.

Вопросы для контроля знаний и обсуждения:

1. Социальные коммуникации как основа общения и делового взаимодействия.

2. Семантическая природа социальных коммуникаций в сфере фандрайзинга.

3. Невербальные средства коммуникаций.

4. Основные способы вербальной коммуникации в сфере фандрайзинга.

5. Невербальные средства коммуникации в управленческой среде и предпринимательстве.

6. Роль и место навыков социального проектирования в фандрайзинговых технологиях.

7. Социологические аспекты общения и делового взаимодействия в управленческой среде и деловом мире.

8. Основные характеристики процесса общения (целенаправленность, нормативность, результативность).

9. Критерии результативности общения в сфере управления.

10. Деловые переговоры как основная форма взаимодействия и общения в сфере фандрайзинга.

Тема 5.Онлайн - фандрайзинг в России: приёмы реализации.

Целью проведения семинарского занятия по данной теме является закрепление и проверка знаний по теме лекции, обсуждение дискуссионных вопросов, связанных с пониманием информационных технологий, используемых в фандрайзинге.

Вопросы для контроля знаний и обсуждения:

1. Телефандрайзинг.
2. Спонсорский пакет.
3. Информационные спонсоры.
4. Спонсорство в Интернете.
5. Онлайн-фандрайзинг.
6. Цикл фандрайзинга.
7. Основные приёмы и методы Онлайн-фандрайзинга.
8. Интернет-эквайринг.
9. Каналы фандрайзинга в Сети.Сайт. Социальные сети. Email-рассылка.
10. Каналы фандрайзинга в Сети.Реализация сувенирной благотворительной продукции в Сети.
11. Каналы фандрайзинга в Сети.Онлайн-сервисы.

Тема 6. Правовое регулирование и саморегулирование фандрайзинговой деятельности.

Целью проведения семинарского занятия по данной теме является закрепление и проверка знаний по теме лекции, обсуждение дискуссионных вопросов, связанных с пониманием правового регулирования фандрайзинга.

Вопросы для контроля знаний и обсуждения:

1. Законодательные и нормативно-правовые акты. Конституция российской федерации. Федеральный закон от 11 августа 1995 г. О благотворительной деятельности и благотворительных организациях.
2. Благотворительная деятельность.
3. Право на осуществление благотворительной деятельности.
4. Условия и порядок осуществления деятельности благотворительной организации.
5. Деятельность благотворительной организации.
6. Источники формирования имущества благотворительной организации.
7. Имущество благотворительной организации.
8. Благотворительная программа.
9. Государственная регистрация благотворительной организации.
10. Поддержка благотворительной деятельности органами государственной власти и органами местного самоуправления.
11. Контроль за осуществлением благотворительной деятельности.
12. Деятельность некоммерческих организаций и грантодающих благотворительных фондов и организаций регулируется законодательными и нормативно-правовыми актами.
13. Саморегулируемые организации.
14. Этический кодекс фандрайзера.
15. Профессиональные стандарты деятельности.

6. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1 Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Фандрайзинг в бизнесе» — закрепить теоретические знания, полученные в ходе лекционных занятий.

Самостоятельная работа студента в процессе изучения дисциплины включает:

- освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы;
- изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач;
- самостоятельный поиск информации в Интернете;
- выполнение контрольной работы;
- консультации по наиболее сложным вопросам;
- участие в работе научного кружка по кафедре и ежегодных студенческих научных конференций;
- подготовку к зачёту.

На самостоятельную работу студентов при изучении дисциплины «Фандрайзинг в бизнесе», обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма» отводится 88 часов учебного времени (таблица 6).

Таблица 6 – Трудоемкость самостоятельной работы студентов по дисциплине «Фандрайзинг в бизнесе» для направления подготовки 38.03.02

«Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма»

Наименование разделов, тем, входящих в дисциплину	Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися	Форма внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Российское предпринимательство и формирование системы фандрайзинга	Роль НПО фандрайзинговой деятельности.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - работа с интернет-ресурсами; - подготовка к практическим занятиям; - выполнение домашнего творческого задания; - подготовка к зачёту
Тема 2. Фандрайзинг в системе ресурсного обеспечения проектов в сфере туризма	Роль и место навыков социального проектирования в фандрайзинговых технологиях.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - работа с интернет-ресурсами; - подготовка к практическим занятиям; - выполнение домашнего творческого задания; - подготовка к зачёту
Тема 3. Проведение фандрайзинговой кампании	Основные характеристики процесса общения (целенаправленность, нормативность, результативность).	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - работа с интернет-ресурсами; - подготовка к практическим занятиям; - выполнение домашнего творческого задания; - подготовка к зачёту
Тема 4. Социально-коммуникационная основа фандрайзинга	Коэволюционная теория развития человечества (Н.Н.Моисеев).	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - работа с интернет-ресурсами; - подготовка к практическим занятиям; - выполнение домашнего творческого задания; - подготовка к зачёту
Тема 5. Онлайн - фандрайзинг в России: приёмы реализации	Основные ценностные ориентации современных российских предпринимателей.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - работа с интернет-ресурсами; - подготовка к

		практическим занятиям; - выполнение домашнего творческого задания; - подготовка к зачёту
Тема 6. Правовое регулирование и саморегулирование фандрайзинговой деятельности	Социальная база формирования и пополнения нового российского предпринимательства.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - работа с интернет-ресурсами; - подготовка к практическим занятиям; - выполнение домашнего творческого задания; - подготовка к зачёту

6.2 Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Перечень докладов (с презентацией в PowerPoint)

1. Отечественная грантовая поддержка и фандрайзинг в РФ;
2. Особенности привлечения грантодателей при реализации проектов;
3. Бизнес-структуры РФ и фандрайзинговые технологии в проектировании;
4. Фандрайзинговые проекты в сфере культуры и искусства;
5. Фандрайзинговые проекты в сфере этнической конфликтологии
6. Фандрайзинговое проектирование в области социальных проектов ориентированных на здоровый образ жизни;
7. Фандрайзинг в области проектов по развитию территорий;
8. Фандрайзинговая стратегия в социальных проектах ориентированных на науку и образование.
9. Фандрайзинг в реализации startup проектов
10. Фандрайзинговый ресурс международных общественных организаций в РФ

11. Фандрайзинговый ресурс государственных правительственных организаций в РФ

12. Перспективы развития фандрайзинга в бизнесе в РФ.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- обсуждение вынесенных в планах семинарских занятий вопросов тем и контрольных вопросов;
- решение задач, тестов и их обсуждение в точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;
- выполнения контрольных работ;
- выполнение домашнего творческого задания;
- обсуждение законодательных, правовых и нормативных актов.

О подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском (практическом) занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре. Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий. Отработка пропусков, имевших место по причине работы студентов во время занятий, не допускается.

Промежуточный контроль по учебной дисциплине «Фандрайзинг в бизнесе» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма» на очно-заочной форме обучения проводится в форме зачёта.

Критерии балльно-рейтинговой оценки текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры «Менеджмент и маркетинг».

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций и их структура в виде знаний, умений содержатся в разделе 2 рабочей программы «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Вопросы для подготовки к зачёту:

1. Особенности современного российского предпринимательства.
2. Современная структура российского предпринимательства.
3. Основные черты современного предпринимательства.
4. Основные ценностные ориентации современных российских предпринимателей.
5. Социальное предпринимательство и социальное проектирование: сходство и отличие.
6. Цели и задачи проектов в бизнесе и социальной сфере. Среда социального проекта.
7. Коммерческие и некоммерческие организации в проектировании.
8. Основные ресурсы проектной деятельности: трудовые ресурсы, материальные и не материальные ресурсы, финансовая поддержка проектов.
9. Механизмы ресурсного обеспечения проекта.
10. Технологии привлечения ресурсов.
11. Меценатство и Благотворительность: цели, задачи, сходство и отличие.

12. Предпосылки развития меценатства и благотворительности в России. Современные меценаты и благотворители.

13. Спонсоринг. Цели мероприятий спонсоринга. Виды спонсоринга. Объекты и субъекты спонсоринга.

14. Фандрайзинг. Принципы фандрайзинга. Этические аспекты фандрайзинговой деятельности.

15. Виды фандрайзинга. Внутренний и внешний фандрайзинг.

16. Виды фандрайзинга. Проектный и оперативный фандрайзинг.

17. Виды фандрайзинга. Научный фандрайзинг.

18. Виды фандрайзинга. Финансовый и маркетинговый фандрайзинг.

19. Источники фандрайзинга. Инвесторы. Спонсоры. Доноры.

20. Источники фандрайзинга. Меценаты. Грантодатели. Грантовые конкурсы.

21. Возможные субсидии. Виды и размеры субсидий.

22. Краундфандинг.

23. Видывкраудфандинга: Reward crowdfunding; Debt crowdfunding; Equity crowdfunding:

24. Организационное обеспечение фандрайзинга.

25. Материально-техническое обеспечение фандрайзинга.

26. Виды стратегий в фандрайзинге. Определение и разработка стратегии для реализации фандрайзинговых проектов.

27. Инструментарий фандразинга.

28. Анализ эффективности фандрайзинга.

29. Социальные коммуникации как основа общения и делового взаимодействия.

30. Семантическая природа социальных коммуникаций в сфере фандрайзинга.

31. Невербальные средства коммуникаций.

32. Основные способы вербальной коммуникации в сфере фандрайзинга.

33. Невербальные средства коммуникации в управленческой среде и предпринимательстве.
34. Социологические аспекты общения и делового взаимодействия в управленческой среде и деловом мире.
35. Основные характеристики процесса общения (целенаправленность, нормативность, результативность).
36. Критерии результативности общения в сфере управления.
37. Деловые переговоры как основная форма взаимодействия и общения в сфере фандрайзинга.
38. Телефандрайзинг. Спонсорский пакет. Информационные спонсоры. Спонсорство в Интернете.
39. Онлайн-фандрайзинг. Цикл фандрайзинга. Основные приёмы и методы Онлайн-фандрайзинга.
40. Интернет-эквайринг. Каналы фандрайзинга в Сети.
41. Сайт. Социальные сети. Email-рассылка. Реализация сувенирной благотворительной продукции в Сети. Онлайн-сервисы.
42. Законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие фандрайзинговую деятельность.
43. Саморегулируемые организации в области фандрайзинга.
44. Этический кодекс фандрайзера.
45. Профессиональные стандарты деятельности в области фандрайзинга.

Примерный перечень тестовых заданий

1. Социальные инвестиции это:
- а) Долгосрочные вложения финансовых ресурсов в объекты социальной среды с целью улучшения качества жизни людей.
- б) Долгосрочные вложения капитала с целью получения прибыли;

с) Показатель совершенствования корпоративного управления и законодательства необходимый для определения качества корпоративной социальной ответственности;

д) Процесс усвоения человеческим индивидом определённой системы знаний, норм и ценностей, позволяющих ему функционировать в качестве полноправного члена общества.

2. Какой фактор НЕ влияет на социальную политику предприятия:

- а) Масштаб бизнеса;
- б) Прибыльность предприятия и конъюнктура рынка;
- с) Уровень конкуренции на рынке;
- д) Уровень спроса на товары «комплименты».

3. Какой фактор НЕ влияет на социальную политику предприятия:

- а) Потребность удержания и развития персонала
- б) Экономическая выгодность развития социальной политики
- с) Потребность развития и расширения бизнеса
- д) Суверенность локации, на которой расположено предприятие.

4. Какой фактор НЕ влияет на социальную политику предприятия:

- а) Имиджевая политика
- б) Индивидуальные ценности топ менеджеров
- с) Политика правящей партии
- д) Давление со сторон работников предприятия.

5. Объектом социальной политики, кроме работников также являются:

- а) Местные сообщества
- б) СМИ
- с) Уровень преступности
- д) Общественные движения.

6. Высшая ценность социальной политики это:

- а) Человек
- б) Технология
- с) Справедливость

d) Рациональность.

7. Цель социальной политики это:

- a) Установка единого уровня заработной платы у всего населения мира
- b) Ликвидация межнациональных конфликтов, феминизма, сектантства

и т.п.

c) Обеспечение максимальной заработной платы сотрудникам предприятия

d) Обеспечения работникам достойного уровня и качества жизни, социальных прав, социальной защиты.

8. К средствам осуществления социальной политики относятся:

- a) Трудовые ресурсы
- b) Экономически активное население
- c) Общественные движения
- d) Социальные выплаты.

9. К средствам осуществления социальной политики НЕ относятся:

- a) Социальные выплаты
- b) Трудовой договор
- c) Социальные льготы
- d) Оборотные средства.

10. Стейкхолдеры (stakeholder) это:

a) Группы влияния, существующие внутри или вне компании, которые надо учитывать при осуществлении деятельности

- b) Группы носителей привилегированных акций
- c) Неформальное название предприятия пищевой промышленности
- d) Благотворительные фонды в основе которых какая либо религия.

11. На сколько категорий делятся стейкхолдеры:

- a) Две
- b) Четыре
- c) Двенадцать
- d) Их может быть не ограниченное количество.

12. Стейкхолдерами называют такие категории как:

- a) Группы влияния, финансирующие предприятие
- b) Акционеров
- c) Менеджеры, руководящие этим предприятием
- d) Всё вышеперечисленные варианты.

13. Стейкхолдерами НЕ называют:

- a) Акционеров
- b) Служащих, работающих на предприятии
- c) Экономических партнеров
- d) Налоговую инспекцию.

14. Стейкхолдерами называют такие категории как:

- a) Покупатели
- b) Поставщики
- c) Инвесторы
- d) Все вышеперечисленные.

15. На какие два вида по способу взаимодействия делят стейкхолдеров:

- a) Экономические и внеэкономические
- b) Функциональные и методологические
- c) Прямые и косвенные
- d) Внутренние и внешние.

16. Сколько существует основных методов взаимодействия с внешними стейкхолдерами:

- a) Один
- b) Два
- c) Пять
- d) Семь.

17. Первый метод взаимодействия с внешними стейкхолдерами заключается:

- a) В установлении партнерских связей со стейкхолдерами
- b) В попытках спекуляции получая выгоду от стейкхолдеров

с) В предоставлении ложных данных о своём финансовом положении, мнимо улучшив имидж компании

д) В применении административных сил.

18. Второй метод взаимодействия с внешними стейкхолдерами представляет собой:

а) Регулярные попытки спекуляции получая выгоду от стейкхолдеров

б) Попытку защиты организации от неопределенности посредством использования приемов, предназначенных для стабилизации и прогнозирования воздействий

с) Предоставление ложных данных о своём финансовом положении, мнимо улучшив имидж компании

д) Применение личных коммуникабельных качеств работников (Харизма, обаяние, красота).

19. Внутренние стейкхолдеры включают в себя:

а) Менеджеров

б) Служащих

с) Совет директоров

д) Все вышеперечисленные варианты.

20. Один из самых значительных внутренних стейкхолдеров:

а) Учредитель предприятия

б) Ведущий топ менеджер

с) Единоличный исполнительный орган

д) Ни один из выше перечисленных вариантов.

21. Назовите один из основных мотивов проведения внешней социально политики:

а) Экономическая выгода

б) Снятие информационных фильтров

с) Спекуляция

д) Стремления к уменьшению социальной напряжённости.

22. Назовите один из основных мотивов проведения внешней социально политики:

- a) Интенсивная экспансия
- b) Надёжность
- c) Ответ на ожидание со стороны общества
- d) Высококвалифицированные кадры.

23. Назовите один из основных мотивов проведения внешней социально политики:

- a) Формирование позитивного имиджа
- b) Создание общественных возмущений
- c) Экономический интерес
- d) Расширение связей.

24. Назовите один из основных мотивов проведения внешней социально политики:

- a) Политическое участие
- b) Усвоение новых программ
- c) Освоение культурных традиций народа
- d) Манипуляция рынком.

25. Назовите один из основных мотивов проведения внешней социально политики:

- a) Давление власти и партий
- b) Посредничество с целью спекуляции
- c) Популяризация руководителя предприятия
- d) Дискредитация конкурентов.

26. Каким принципом нужно руководствоваться, чтобы эффективно работать со стейкхолдерами:

- a) Справедливого отношения к информации
- b) Постоянного отслеживания интересов стейкхолдеров
- c) Объективности реальности
- d) Перемены настроений стейкхолдеров

27 Каким принципом нужно руководствоваться чтобы эффективно работать со стейкхолдерами:

- a) Понимание что стейкхолдеры живые люди со своими ценностями
- b) Понимание и осмысление каждого действия государства в

отношении стейкхолдера

- c) Рационализация действий
- d) Постоянное исследование рынка

28 Каким принципом нужно руководствоваться чтобы эффективно работать со стейкхолдерами:

- a) Борьба с противоречивостью решений
- b) Поиск решений вопросов, которые удовлетворят сразу несколько

групп стейкхолдеров одновременно

- c) Нигилистическое отношение к происходящим проблемам
- d) Выявления доминанты во взаимоотношении со стейкхолдерами

29 Каким принципом НЕ нужно руководствоваться чтобы эффективно работать со стейкхолдерами:

- a) Вовлечение в интенсивное взаимодействие со стейкхолдерами, и не

только с дружелюбными

- b) Философия волюнтаризма – стремление самим управлять

взаимоотношениями со стейкхолдерами

- c) Обобщение маркетингового подхода
- d) Нет правильного ответа

30 Каким принципом НЕ нужно руководствоваться чтобы эффективно работать со стейкхолдерами:

- a) Проведение переговоров с первичными и вторичными

стейкхолдерами

- b) Постоянный мониторинг и изменение процессов, чтобы лучше

служить своим стейкхолдерам

- c) Руководствоваться целью, выполнять обещания, данные

стейкхолдерам

d) Все вышеперечисленные.

Примеры практических заданий, ситуационных задач и кейсов

Кейс 1. Живой краудфандинг

Номинация «Лучшее фандрайзинговое событие онлайн», победитель – региональная благотворительная общественная организация «Центр социальных технологий «Гарант» (Архангельск). Технология – «Круг благотворителей». Напоминает коммерческие презентации перед инвесторами, но «продают» в данном случае не товары или услуги, а желание помочь благотворительной организации воплотить проект, поэтому технологию иногда называют «живым краудфандингом».

Собрано 384 500 рублей в пользу четырех некоммерческих организаций региона.

Отбор НКО. Организатор «Круга благотворителей» – обычно фонд местного сообщества или ресурсный центр НКО – приглашает к участию авторов проектов, чтобы благотворители могли выбрать, какие понравятся или покажутся важными.

«Логично выбирать НКО на участие в этом мероприятии на конкурсной основе, – объясняет директор фонда «Гарант» Марина Михайлова. — Но мы исходили из того, что у нас только что прошел конкурс мини-грантов «Люди дела». Грантовый пул был небольшой, и много достойных проектов оказались не поддержанными. Участники «Круга благотворителей» выбраны как раз из их числа. У организации, представляющей проект, должна быть хорошая репутация, а заявляемая стоимость проекта — разумной, то есть не превышать возможностей собравшихся в зале благотворителей».

Взнос от 500 рублей. «Гарант» провел в 2018 году уже два «Круга благотворителей»: в июне и декабре. На зимний – за который Центр и был награждён «Золотым котом» – пришли 40% гостей, принявших участие в первом мероприятии. По итогам был создан пул благотворителей Архангельска, в него вошли больше 100 человек. Гости «Круга благотворителей» — не обязательно состоятельные и известные личности, сумма пожертвований может не превышать несколько сотен рублей. Важно, чтобы люди изначально знали, что на этом мероприятии нужно делать взносы – «Гарант» установил минимальный в 500 рублей.

Собрать потенциальных благотворителей вместе и мотивировать их поддерживать некоммерческие проекты – отдельная задача. Пригласительные для гостей организаторы высылали персонально, а перед началом мероприятия звонили каждому гостю. Приглашали и вовлекали потенциальных благотворителей также через амбассадоров мероприятия.

Шесть минут на презентацию проекта. Само мероприятие проходит в формате яркого праздничного вечера – с остроумным ведущим, концертной программой, вкусными закусками и приятными сюрпризами от партнеров.

Важный момент, от которого во многом зависит успех сбора средств, – творческие самопрезентации некоммерческих организаций-участниц «Круга благотворителей». За 6 минут каждая должна успеть рассказать, что собирается делать в рамках проекта, для чего нужны деньги и что получится в результате. Затем сотрудники НКО выходят из зала, и сбор средств проходит уже без них.

Договор о пожертвовании. Процесс сбора координирует ведущий. Чтобы заявить о желании внести деньги на проект, благотворители поднимают руку, называют сумму, которую хотят внести, и фиксируют ее в своих карточках для пожертвований. Благотворитель может сделать пожертвование столько раз и на столько проектов, на сколько ему захочется. Для наглядности на экран выводится график поступления средств, где в режиме реального времени фиксируется, сколько средств необходимо каждому проекту и сколько уже собрано. При этом с деньгами гости вечера расстаются уже в конце мероприятия: их можно опустить в стеклянные опломбированные боксы или перевести через терминал «Гаранту». С каждым фондом «Гарант» заключал договор пожертвования на реализацию конкретного проекта. Для сверки организаторы просили сдавать гостей карточки для пожертвований. На этих же карточках благотворители указывали свои мейлы, чтобы получить подробный отчет о расходовании денежных средств.

Подарок-поощрение. «Технология «живого краудфандинга» не предполагает вознаграждения, — говорит Светлана Бызова, представитель фонда региональных социальных программ «Наше будущее» в Архангельской области, менеджер проектов архангельского Центра социальных технологий «Гарант». — Но мы решили украсить наше мероприятие и пригласили социальных предпринимателей, которые предоставили свои изделия для поощрения наиболее активных жертвователей. Общая сумма этих изделий – 25 тысяч рублей. Оказалось, что такие подарки – тоже хороший способ мотивировать гостей вечера. Например, пряничная колокольня от социального предприятия «Архангельский пряник» сподвигла одного донора на взнос в 21 с половиной тысячу рублей!».

Вопросы для обсуждения

- 1) Где на ваш взгляд эффективно применять описанные технологии живого краудфандинга?
- 2) Какие инструменты использовали авторы проекта?
- 3) Объясните механику работы этих инструментов.

Кейс 2. Фотосессия с северными ездовыми собаками – успешный опыт сбора средств на благотворительность

Акция «Подари надежду» – это благотворительная фотосессия с северными ездовыми собаками, организованная центром ездового собаководства «[Балто](#)» и партнерами. В качестве «моделей» выступают

аляскинские маламуты, сибирские хаски и самоедские лайки. Они очень фотогеничны и дружелюбны к людям.

«Море няшности, профессиональные фотографии и +10500 к карме», которые анонсировали организаторы, позволили собрать более 370 тысяч рублей в пользу нуждающихся детей.

«С 2011 года мы тусовались на форуме, посвященном ездовым собакам, – рассказывает организатор мероприятия Сергей Меркулов. – Потом начали собираться и общаться вживую. А в начале 2014 года появилась идея провести акцию с целью популяризации собак северных ездовых пород, здорового образа жизни и ездового спорта. Мы начали совмещать приятное с полезным: зимой на тренировках в парке катали проходящих ребятишек. Потихоньку люди приходили уже к началу тренировок – покататься и пофотографироваться на телефон. Возникла идея покатавать детей с ограниченными возможностями. Так появилась акция «Подари надежду».

Сама идея кажется простой: организаторы, фотографы и пушистые собаки размещаются на отдельной площадке (обычно это территория парка, аллеи, набережной). Всем желающим предлагается фотографироваться. Цена за фото с одной собакой (3–5 шт.) – 100 рублей. За эти деньги гости получают несколько «мимимишных» кадров, сделанных профессиональными фотографами (их выкладывают в группе в социальных сетях), а все собранные средства переводятся на счет благотворительной организации.

«На первой же фотосессии мы собрали 57300 рублей, но поняли и недостатки в организации. Сложности в основном технического характера. Были недоработки по размещению собак на площадке парка, все-таки северные собаки – это животные: они дружелюбны к человеку, но не всегда дружелюбны к сородичам. С учетом того, что к каждой собаке очереди, вопрос размещения серьезен. Еще были некоторые затруднения со сбором средств, никто не подумал о размене».

В последующих фотосессиях ошибки были учтены, собак-моделей стало больше, и добавилась возможность «безлимита» – сфотографироваться со всеми собаками за 1500 рублей. Собранные суммы стали возрастать. Всего организаторы провели пять подобных мероприятий.

Все деньги с фотосессий пошли в помощь семьям, воспитывающим детей с ДЦП, и молодым инвалидам с детства, которые находятся под опекой организации «~~Лучик света~~» – на покупку тренажеров, колясок, лекарств.

ОТЧЕТ О РАСХОДАХ, А ТАКЖЕ САМИ ФОТО, КЛУБ СОБАКОВОДОВ ВЫКЛАДЫВАЕТ В СВОЕЙ ГРУППЕ В СОЦСЕТЯХ.

«Финансовым результатом мы довольны. Представители благополучателя говорят, что в нашем городе никогда не собирается столько денег, не считая фестивалей с прямыми спонсорами. На благотворительных мероприятиях это максимум 15–20 тысяч».

Сейчас северные ездовые собаки вошли в сезон тренировок, покатушек и других зимних мероприятий и приостановили фотосессии. Собаководы

ищут спонсоров для организации тренировочного процесса и интересных событий.

Что важно учесть при планировании благотворительной фотосессии с животными. Советы организаторов

Самое важное – все делать максимально честно и прозрачно. Средства должны собираться в стеклянный куб не организаторами мероприятия, а благотворительной организацией, в пользу которой оно проводится.

Обязательно всем собакам необходимо пройти ветконтроль и при малейших отклонениях не выставлять животное.

Обязательно согласовать размещение собак в общественном месте.

После проведения фотосессии выложить отчеты о том, куда ушли средства.

Передачу средств оформить актом.

Собак нужно разместить так, чтобы они не дотягивались друг до друга, даже если поводок максимально распушен. Желательно располагаться полукругом или кругом, если позволяет площадь.

Вопросы для обсуждения

- 1) Что вы думаете об инициативах, предложенных в кейсе?
- 2) Какие инструменты могут помочь решить проблему?
- 3) Внимание/участие каких организаций/частных лиц требуется для решения данной проблемы?
- 4) Предложите свои варианты решения.

Примеры оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной

Таблица 7 - Типовые оценочные средства для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной «Фандрайзинг в бизнесе» направления 38.03.02 «Менеджмент»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовые задания
ПКН-8	владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов) разработки и осуществления стратегии	1. Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария.	Задание 1 Проанализируйте предлагаемую управленческую ситуацию и дайте обоснованные ответы на предложенные вопросы. На предприятии, не отличавшемся высокой эффективностью производства, одним из слабых звеньев управления была невысокая исполнительская дисциплина. Руководство предприятия приняло

	организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон		<p>решение о реорганизации системы управления и введении более эффективной системы контроля исполнения.</p> <p>Какая система контроля исполнения может быть наиболее эффективной? Какова технология контроля исполнения, которую стоило бы внедрить на предприятии?</p>
		2. Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации.	<p>Задание 1. Студентам предлагается задание:</p> <p>На листе бумаги напишите 10 целей на следующий год так, как будто они уже реализовались, а затем выберите из них ту, которая наибольшим образом изменила вашу жизнь. Обведите её выпишите на отдельный лист и проработайте по критериям SMART.</p> <p>По выполнению задания сделайте вывод о значении целеполагания и условиях реализации поставленных целей.</p> <p>Задание 2. В группах по три-четыре человека рассмотрите следующую ситуацию: Предположите, что у вас есть фирма. Придумайте для вашей фирмы конкретную неблагоприятную управленческую ситуацию. Попробуйте выполнить все этапы блока «Разработка управленческого решения». При этом при генерировании альтернативных вариантов управленческих решений можете использовать любой известный вам метод. Результаты представьте для обсуждения в аудитории.</p> <p>Задание 2.</p> <p>Составьте контрольный список (списки) вопросов для диагностики социальных проблем выбранной вами организации/ социальной группы.</p>
		3. Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций и не копируемых	<p>Задание 1.</p> <p>В рамках управления особое место занимает менеджмент посредством постановки целей. Здесь речь идет о процессе, при котором руководитель и сотрудник вместе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • определяют задачи фирмы; • уточняют ответственность, т.е. ожидаемые результаты; • используют результаты для руководства компанией и для оценки

		конкурентных преимуществ компании.	<p>вклада каждого сотрудника в плоды ее деятельности. Сначала руководство фирмы формулирует стратегические цели. Далее, на каждом более низком уровне, эти цели наполняются подцелями и установленными сроками исполнения.</p> <p>Периодически обсуждается:</p> <ul style="list-style-type: none"> • нужна ли корректировка курса; • реалистично ли сформулированы цели. Наиболее продуктивен данный метод, когда сотрудники: • знают, что от них ожидают; • согласны взять на себя обязательства по достижению поставленных целей. <p>Цели призваны удовлетворять следующим требованиям:</p> <ul style="list-style-type: none"> • быть конкретными; • быть обозримыми; • быть реалистичными. <p>1. Сформулируйте свое мнение о методе менеджмента "постановка целей". В чем его сильные и слабые стороны?</p> <p>2. Какие особенности применения менеджмента посредством постановки целей в современных российских условиях вы могли бы назвать?</p>
--	--	------------------------------------	--

Процедуры оценивания знаний и умений регулируются соответствующими приказами, распоряжениями ректората Финуниверситета о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

7.3. Типовые контрольные (тестовые) задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков

После изучения каждой темы курса может использоваться контроль в виде тестов.

Итоговое тестирование можно проводить в форме:

– компьютерного тестирования, т.е. компьютер произвольно выбирает вопросы из базы данных по степени сложности;

– письменных ответов, т.е. преподаватель задает вопрос и дает несколько вариантов ответа, а студент на отдельном листе записывает номера вопросов и номера соответствующих ответов.

Примерные тестовые задания:

1. Фандрайзинг это –(выберите правильные ответы):
 - а) деятельность по привлечению ресурсов на некоммерческие проекты
 - б) сбор пожертвований для некоммерческих и благотворительных организаций или для обеспечения социально значимых мероприятий
 - в) дарение вещи или права ограниченному кругу благополучателей в общепользовных целях
 - г) добровольная, бескорыстная, различная по формам поддержка финансовых и юридических лиц в общепользовных целях
2. Фандрайзинг это –(выберите правильные ответы):
 - а) методика поиска источников финансирования, т.е. объединяющая деятельность по привлечению и аккумуляции внешних источников финансирования
 - б) привлечение материальных, человеческих, технических и временных ресурсов
 - в) взаимовыгодный обмен денежных средств, товаров, услуг, работ на возможности размещения рекламы
 - г) организация или поддержка общественно — значимых мероприятий в просветительских целях (преимущественно в сфере культуры и искусств)
3. Взаимовыгодный обмен денежных средств, товаров, услуг, работ на возможности размещения рекламы, PR — мероприятий, стимулирующих сбыт это:
 - а) благотворительность;
 - б) спонсорство;
 - в) меценатство;
 - г) фандрайзинг
4. Основными задачами фандрайзинга являются:
 - а) сбор средств;
 - б) приобретение новых партнеров и друзей организации;
 - в) возможность открыто заявить о себе и информировать о своих целях.
 - г) организация или поддержка общественно — значимых мероприятий в просветительских целях (преимущественно в сфере культуры и искусств)
5. Добровольная, бескорыстная, различная по формам поддержка финансовых и юридических лиц в общепользовных целях:
 - а) благотворительность;
 - б) спонсорство;
 - в) меценатство;
 - г) фандрайзинг.

6. Организация или поддержка общественно — значимых мероприятий в просветительских целях (преимущественно в сфере культуры и искусств):

а) благотворительность;

б) спонсорство;

в) меценатство;

г) фандрайзинг.

7. Определите цели участников коммуникации:

а) познавательная

б) побудительная

в) экспрессивная

г) информационная

8. Соотнесите понятия и их характеристики

1. познавательная цель коммуниканта	1. приобретение новых знаний и умений
2. познавательная цель реципиента	2. распространение новых знаний и умений
3. побудительная цель коммуниканта	3. получение нужных стимулов
4. побудительная цель реципиента	4. выражение определённых переживаний
5. экспрессивная цель коммуниканта	5. стимулирование людей к каким-либо действиям
6. экспрессивная цель реципиента	6. обретение определённых переживаний

9. Отличие классического и социального маркетинга заключается:

а) в типе производимого продукта

б) в цели деятельности организации

в) в целях приобретения продукта аудиторией

г) в инструментарии

10. Стратегия для изменения поведения людей посредством понимания их проблем и общения с ними:

а) социальный маркетинг

б) классический маркетинг

в) социальный менеджмент

г) классический менеджмент

11. К внешней общественности организации относятся:

а) налогоплательщики

б) акционеры

в) местные жители

г) социальные заказчики

12. Универсальный социокультурный механизм, ориентированный на взаимодействие социальных субъектов воспроизводство и динамику социокультурных норм:

- а) социальная коммуникация
- б) управленческая коммуникация
- в) межкультурная коммуникация
- г) межличностная коммуникация

13. Различные концепции и модели коммуникации в большинстве случаев отождествляют социальную коммуникацию:

- а) с межличностной коммуникацией
- б) с массовой коммуникацией
- в) с групповой коммуникацией
- г) с межгрупповой коммуникацией

14. Система коммуникаций в организации обеспечивает:

- а) обмен информацией между её членами на основе обратной связи
- б) коммерческую прибыль организации
- в) производство продукции
- г) социальную значимость

15. Фандрайзинг это –(выберите правильные ответы):

- а) поиск и привлечение финансовых ресурсов «под проект»
- б) увеличение ресурсов и сбор денежных средств
- в) взаимовыгодный обмен денежных средств, товаров, услуг, работ на возможности размещения рекламы
- г) добровольная, бескорыстная, различная по формам поддержка финансовых и юридических лиц в общепользовательных целях

16. Цели информационной деятельности в социальной сфере:

- а) достичь осведомленности публики о целях и деятельности организации
- б) побудить отдельных лиц пользоваться услугами данной организации.
- в) побудить потребителей совершать определённые действия по отношению к продукту
- г) сформировать отношение к организации

17. Форма перераспределения и использования финансовых ресурсов, привлекаемых государством для финансирования некоторых общественных потребностей и комплексно расходуемых на основе оперативной самостоятельности

- а) внебюджетные фонды
- б) коммерческие организации
- в) политические организации
- г) банки

18. Соотнесите виды фандрайзинга и их характеристики

а) Внутренний	1. для успешной работы привлекаются специальные консалтинговые компании
б) Внешний	2. вопросами поиска новых ресурсов и спонсоров занимаются менеджеры самой организации
	3. для успешной работы привлекаются сторонние консультанты или профессиональные фандрайзеры

19. Соотнесите виды стейкхолдеров и их характеристики:

а) Инвесторы	1. финансируют научные или образовательные программы на конкурсной основе, выделяющие определенные суммы юным талантам
б) Спонсоры	2. богатые люди, поддерживающие начинающие организации, творческие и невыгодные для коммерции мероприятия
в) Доноры	3. компании или частные лица, предлагающие материальную поддержку безвозмездно и на постоянной основе
г) Меценаты	4. предоставляют помощь на определенных условиях, выгодных для себя
д) Грантодатели	5. вкладывают с расчетом на получение прибыли или дивидендов

20. Определите последовательность разработки стратегии фандрайзинговой кампании:

	Формулируется полное предложение к потенциальному спонсору, которое должно объяснить для чего аккумулируются и куда пойдут ресурсы.
	Проводится тщательный анализ всех возможных источников получения средств и помощи для проекта. Могут привлекаться частные лица и предприниматели, благотворительные или венчурные фонды в зависимости от цели мероприятия.
	Выявляются нужды компании, просчитывается необходимая сумма сбора. Важно правильно расставить приоритеты и сделать запросы более реальными.
	Определяется размер бюджета, который пойдет на оплату услуг фандрайзера, затраты на проведение мероприятий или расходы на оформление документов, печатей или аренду офиса.
	Выбираются инструменты и методики работы, приемлемые для фандрайзингового проекта. В любом случае они должны быть юридически правильными и законными. При необходимости открываются банковские счета, карты или проводятся благотворительные ярмарки.
	Постоянно проводится мониторинг результатов, ставятся промежуточные цели с конкретными сроками выполнения.
	Подбирается команда или фандрайзер, который будет курировать сбор средств и волонтерской помощи, следить за соблюдением законов и правил.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативные акты

1. Конституция Российской Федерации.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации.
4. Федеральный закон «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» от 11.08.1995 N 135-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7495/
5. Федеральный закон «Об общественных объединениях» от 19.05.1995 N 82-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6693/

Основная литература:

6. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01031-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/read?id=290417>
7. Калюжнова, Н. Я. Социальное предпринимательство : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Е. П. Огаркова, М. А. Осипов ; под редакцией Н. Я. Калюжновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 114 с.

Дополнительная литература:

8. Артемьева Т. В., Тульчинский Г. Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования. — СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2010
9. Корнеева И. Е. Фандрайзинг в российских некоммерческих организациях: результаты эмпирического исследования //Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 4. Стр. 48—66.

10. Масленников Р. Фандрайзинг: где и как взять деньги? Мифы, Законы. Фишки. Личный опыт. – М.: КноРус, 2013.

11. Руковишников С.В. Краудфандинг как конкурирующий с венчурным финансированием инновационный инструмент привлечения инвестиций. - М.: Синергия, 2017

12. Хорева Л.В. Сущинская М.Д. История благотворительности в России. – СПб.:СПбГУЭФ, 2014.

13. Социология города. Проектирование социальных изменений в городской среде : учебное пособие для вузов / Г. Б. Кораблева [и др.] ; под общей редакцией Г. Б. Кораблевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 125 с.

Периодические издания

1. «Россия в цифрах». Статистический ежегодник. - URL: http://old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat

2. Журнал «Российское предпринимательство» - URL: <https://creativeconomy.ru/journals/rp>

3. Журнал «Компания» - URL: <https://ko.ru>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Базы данных, имеющихся в наличии в Медиатеке Финансового университета: на сайте Финансового университета находится рубрика «Библиотека», затем «Образовательные ресурсы», затем «Русскоязычные ресурсы» или «Англоязычные ресурсы». Режим доступа: http://www.library.fa.ru/res_mainres.asp?cat=rus

1) Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>

2) Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>

- 3) Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
- 4) Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>
- 5) Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
- 6) Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- 7) База информационных материалов электронных и печатных средств массовой информации Public.ru <http://public.ru/>
- 8) Электронная библиотека <http://grebennikon.ru>
- 9) <http://fund-raising.ru/> - Ассоциация фандрайзеров РФ
- 10) <https://www.institute-of-fundraising.org.uk/guidance/how-fundraising-is-regulated/> Британский институт фандрайзинга
- 11) <https://nkozakon.ru/about/> Информационный портал НКО: законы развития
- 12) http://nkozakon.ru/wp-content/uploads/2014/03/Eticheskij_kodeks_i_principy_ASI.pdf Этический кодекс и принципы деятельности сети Агентства социальной информации
- 13) <https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/> Информационный портал "Фонд президентских грантов"

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа – учебная, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и под руководством преподавателя. Самостоятельная работа предполагает усвоение теоретического материала на базе изучения и систематизации материалов первоисточников, монографий, статей, отработку навыков работы с базами данных, моделирования управленческих процессов.

Преподаватель планирует содержание и объем самостоятельной работы, контролирует результаты самостоятельной работы. Самостоятельная работа включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

Вся система индивидуальной самостоятельной работы должна быть подчинена осмыслению категорий управления организационными изменениями, усвоению понятийного аппарата курса, поскольку одной из важнейших задач подготовки современного грамотного менеджера является овладение и грамотное применение профессиональной терминологии. Попытка понять природу профессиональной работы менеджера вне изучения соответствующего "языка", на уровне бытовых представлений обречена на провал.

Лучшему усвоению и пониманию дисциплины «Оценка в проектном анализе и проектное финансирование» помогут различные энциклопедии, словари, справочники и другие материалы, указанные в соответствующих темах дисциплины.

Изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем по изучаемой дисциплине. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ курса, раскрытия сущности основных категорий управления организационными изменениями, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

Работа над основной и дополнительной литературой

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к нормативно-правовым актам, научным монографиям и материалам периодических изданий. При этом очень полезно делать выписки и конспекты наиболее интересных материалов. Это не только мобилизует внимание, но и способствует более глубокому осмыслению материала и лучшему его запоминанию. Записи как бы контролируют восприятие прочитанного. Кроме того, такая практика учит студентов отделять в тексте главное от второстепенного, а также позволяет проводить систематизацию и сравнительный анализ изучаемой информации, что чрезвычайно важно в условиях большого количества разнообразных по качеству и содержанию сведений. Таким образом, конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую для учебной и научной работы литературу. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках.

Для аккумуляции информации по изучаемым темам рекомендуется формировать личный архив, а также каталог используемых источников. При этом если уже на первых курсах обучения студент определяет для себя

наиболее интересные сферы для изучения, то подобная работа будет весьма продуктивной с точки зрения формирования библиографии для последующего написания дипломного проекта на выпускном курсе.

Самоподготовка к семинарским занятиям

При подготовке к практическому занятию необходимо помнить, что та или иная дисциплина тесно связана с ранее изучаемыми курсами. Более того, именно синтез полученных ранее знаний и текущего материала по курсу делает подготовку результативной и всесторонней.

На семинарских занятиях студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать.

Для достижения этой цели необходимо:

- 1) ознакомиться с соответствующей темой программы изучаемой дисциплины;
- 2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;
- 3) изучить рекомендованную учебно-методическим комплексом литературу по данной теме;
- 4) тщательно изучить лекционный материал;
- 5) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия;
- 6) подготовить краткое выступление по каждому из вынесенных на семинарское занятие вопросу.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ дисциплины, раскрытия сущности основных положений, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

При презентации материала на семинарском занятии можно воспользоваться следующим алгоритмом изложения темы: определение и характеристика основных категорий, эволюция предмета исследования, оценка его современного состояния, существующие проблемы, перспективы развития. Весьма презентабельным вариантом выступления следует считать его подготовку в среде PowerPoint, что существенно повышает степень

визуализации, а, следовательно, доступности, понятности материала и заинтересованности аудитории к результатам научной работы студента.

Для систематизации знаний и понимания логики изучения предмета в процессе обучения рекомендуется пользоваться программой курса, включающей в себя разделы, темы и вопросы, определяющие стандарт знаний по каждой теме.

В конце изучения курса «Фандрайзинг в бизнесе» студенты пишут реферат. В данной работе студенты должны продемонстрировать полученные знания и навыки.

Реферат (refero, лат. сообщаю) – краткое изложение в письменном виде содержания научных трудов по выбранной теме исследования. Это самостоятельная научно-исследовательская работа студента, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, делает выводы, обобщения.

Реферат является формой контроля и призван продемонстрировать уровень освоения студентом знаний в рамках дисциплины «Фандрайзинг в бизнесе».

Реферат выполняется после прослушивания студентами лекционного курса по дисциплине «Фандрайзинг в бизнесе». Опорной информацией для выполнения реферата является курс лекций и рекомендованная преподавателем литература. В рамках выполнения работы студенты отрабатывают навыки самостоятельной работы с информационными источниками по заданной теме.

Выбор темы реферата осуществляется преподавателем в рамках изучаемой дисциплины исходя из интересов студентов.

Цель реферата – приобретение студентами навыков самостоятельной работы по подбору, изучению, анализу и обобщению литературных источников. Объем реферата составляет 7-15 страниц печатного текста. Критерии оценки реферата:

- соответствие содержания теме;

- правильность и полнота использования источников;
- соответствие оформления реферата стандартам.

По усмотрению преподавателя рефераты могут быть представлены на семинарах, научно-практических конференциях, а также использоваться как зачетные работы по пройденным темам.

Процесс выполнения реферата состоит из следующих этапов:

1. Подбор литературы по избранной теме и ознакомление с выбранными источниками. Подбор литературы по избранной теме и ознакомление с выбранными источниками – это, прежде всего, самостоятельная работа студента, успех которой зависит от его инициативности и умения пользоваться каталогами, библиографическими справочниками и т.п. Следует подбирать литературу, освещающую как теоретическую, так и практическую стороны проблемы. Предварительное ознакомление с отобранной литературой необходимо для того, чтобы выяснить, насколько содержание той или иной книги или журнальной статьи соответствует избранной теме. Список информационных источников должен содержать не менее 7 наименований.

2. Составление плана реферата. Предварительное ознакомление с источниками позволит получить полное представление о круге вопросов, охватываемых темой, и составить рабочий план реферата. сокращенное изложение с последовательным указанием разделов. В плане работы (оно же содержание или оглавление) указывается:

- введение
- перечисление глав, разделов и параграфов из основной части работы
- заключение
- список литературы
- приложения

3. Изучение отобранных литературных источников. После того как составлен план реферата, следует приступить к детальному изучению

отобранной литературы. При ее изучении, как правило, составляются конспекты. Характер конспектов определяется возможностью и формой использования изучаемого материала в будущей работе. Это могут быть выписки (цитаты), краткое изложение мыслей, фактов или характеристика прочитанного материала в виде подробного плана тех мест работы, которые могут потребоваться при написании текста реферата. Во всех случаях при конспектировании литературы необходимо записывать название источника, издательство и страницы, откуда заимствованы записи, чтобы в дальнейшем при написании работы иметь возможность делать ссылки на литературные источники. Большое значение имеет систематизация получаемых сведений по основным разделам реферата, предусмотренным в плане. Прочитав тот или иной источник, следует продумать то, в каком разделе могут быть использованы сведения из него. Подобная систематизация позволяет на основе последующего анализа отобранного материала более глубоко и всесторонне осветить основные вопросы изучаемой темы. Литературные источники по проблемам экономического анализа содержат много цифр, в них приводится много аналитических таблиц, расчетов. Изучая литературу, студент ни в коем случае не должен опускать подобные материалы. Наоборот, лишь тщательно разобравшись в них, можно полностью уяснить себе тот или иной вопрос темы.

4. Написание текста реферата. Реферат пишется на основе тщательно проработанных литературных источников. Характеризуя содержание реферата, необходимо отметить следующее. Во введении на одной странице должна быть показана цель написания реферата, указаны задачи, которые ставит перед собой студент. Кратко следует коснуться содержания отдельных разделов работы, охарактеризовать в общих чертах основные источники, которые нашли свое отражение в работе. В текстовой части рассматриваются основные вопросы реферата. Основная часть может состоять из двух или более параграфов; в конце каждого параграфа делаются краткие выводы. Изложение материала должно быть последовательным и

логичным. Оно также должно быть конкретным и полностью оправданным. При этом важно не просто переписывать первоисточники, а излагать основные позиции по рассматриваемым вопросам. В заключении следует сделать общие выводы и кратко изложить изученные положения (представить содержание реферата в тезисной форме). После заключения необходимо привести список литературы.

Оформление реферата. Титульный лист реферата оформляется в соответствии с образцом. На титульном листе указываются название высшего учебного заведения; наименование кафедры; направление по которому обучается студент; наименование дисциплины; вариант контрольной работы; Имя, Отчество, Фамилия; курс; учёная степень, звание, должность, Имя, Отчество, Фамилия преподавателя, место создания контрольной работы.

Текст реферата выполняется с использованием компьютера. Цвет шрифта должен быть черным, шрифт – TimesNewRoman, размер 14, межстрочный интервал - 1,5. Полужирный шрифт для выделения названий структурных элементов работы, отдельных слов не используется. Не разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на отдельных терминах, положениях, формулах путем использования шрифтов разной гарнитуры.

Номера страниц проставляют в середине нижнего поля листа, соблюдая сквозную нумерацию. Точка в номере страницы не ставится. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц, но номер страницы не проставляется. Нумерация начинается со второй страницы — «Содержание».

Каждое задание и другие структурные элементы работы — содержание, список использованных источников — начинаются с новой страницы.

Таблицы располагаются непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице, нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией по всей работе. Заголовок таблицы

располагается по ширине страницы. Слово «Таблица», ее порядковый номер и название через тире помещают над таблицей слева без абзацного отступа. Точка в конце заголовка не ставится. После таблицы до следующего основного текста работы пропускают одну строку полуторного интервала.

В заключительной части реферата необходимо привести список использованных источников, содержащий не менее 7 учебников, монографий и статей периодической печати.

Список использованных источников должен содержать сведения об источниках, которые использовались при написании контрольной работы и приводятся в следующем порядке:

- федеральные конституционные законы и федеральные законы (в хронологической очередности - от последнего года принятия к предыдущему);
- нормативные правовые акты Президента Российской Федерации (в той же последовательности);
- нормативные правовые акты Правительства Российской Федерации (в той же очередности);
- прочие федеральные нормативные правовые акты;
- нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации;
- муниципальные правовые акты;
- монографии, учебники, учебные пособия (в алфавитном порядке);
- авторефераты диссертаций (в алфавитном порядке);
- научные статьи (в алфавитном порядке);
- источники на иностранном языке;
- Интернет-источники.

Источники нумеруются арабскими цифрами без точки и печатаются с абзацного отступа.

Образец оформления литературы:

1. Об утверждении Положения о порядке рассмотрения дел о нарушениях принципов добросовестной конкуренции и прав потребителей на достоверную информацию при рекламе: Приказ ГКАП РФ от 14 июля 1994 г. № 83. – Режим доступа: <http://www.referent.ru/1/5555>

2. Магазанник В. Человеко-компьютерное взаимодействие: Учебное пособие./ В. Магазинник. [Текст] - М.: Логос, 2021 г.- 255 с.

3. Черняховский В. Аналитика: Реклама в России: факты и цифры / В. Черняховский // Консультант.- 2021.- №19.- С.19-24

4. Российский НИИ искусственного интеллекта: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.artint.ru/projects/economic.asp>.

Объем реферата не должен превышать 15 страниц формата А4 (шрифт 14, полуторный интервал). Образец оформления титульного листа приведен далее.

Темы рефератов:

1. Фандрайзинг: проблемы развития и возможные перспективы;
2. Тенденции в современном российском фандрайзинге;
3. Фандрайзинг : привлечение средств на проекты и программы в сфере туризма;
4. Электронная филантропия как часть культуры взаимодействия бизнеса;
5. Правовые источники и механизмы регулирования деятельности по привлечению средств;
6. Роль цифровизации в развитии фандрайзинга;
7. Корпоративное волонтерство в России
8. Прибыльная благотворительность
9. Краудфандинговые технологии как способ реализации социальных проектов
10. Фандрайзинг как общественное явление и сфера деятельности;

11. Технологии мотивации потенциальных жертвователей;
12. Разработка и реализация фандрайзинговой стратегии для привлечения средств;
13. Принципы и правила организации и проведения фандрайзинговых и краудсорсинговых кампаний;
14. Социальные сети как площадка для сбора средств;
15. Исторические аспекты зарождения и развития благотворительности в России;
16. Оценка эффективности использования краудсорсинга в организации
17. Применение инновационных социальных технологий краудсорсинга в туризме;
18. Становление интернет-фандрайзинга как новой формы гражданской активности;
19. Фандрайзинг как способ финансирования туристических проектов;
20. Актуальные методы привлечения средств и платёжные механизмы;

Пример оформления титульного листа реферата

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(Финансовый университет)

Краснодарский филиал Финуниверситета

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

Направление «Менеджмент»

РЕФЕРАТ

на тему:
по дисциплине «Фандрайзинг в бизнесе»

Студент

(И.О.Ф.)

курс

Преподаватель

(уч. степень.,
должность И.О.Ф.)

Краснодар 2021

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 7 Professional
2. Microsoft Office 2010 Pro
3. Антивирус ESET Endpoint Security
4. ProjectExpert 7

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 Справочная правовая система «Консультант Плюс». URL:<http://www.consultant.ru>

2 Информационно-правовая система «Гарант-аэро». URL:<http://www.garant.ru>

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде Краснодарского филиала Финансового университета.

Электронная информационно-образовательная среда Финансового университета обеспечивает:

– доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин, практик, к указаниям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах. По дисциплине «Фандрайзинг в бизнесе» представлены следующие виды информационных ресурсов:

- видеолекции;
- мультимедийные презентации по всем темам курса;
- методический материал: методические рекомендации по выполнению контрольных работ;
- сборник практико-ориентированных заданий

Источник - <https://portal.fa.ru/Catalog>

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации;
- проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых осуществляется с применением электронного обучения.