

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

СПОНСОРІНГ ТА ФАНДРАЙЗИНГ

ПРОГРАМА
навчальної дисципліни за вибором
підготовки магістрів зі спеціальності
0.28 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Харків - 2016

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО: Харківська Державна Академія Культури, факультет
Культурології, кафедра Менеджменту СКД

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: викладач Васильєва Олена Володимирівна

Затверджено Радою факультету Культурології ХДАК
“___” _____ 2016 року, протокол № _____

ВСТУП

Програма вивчення навчальної дисципліни за вибором “Спонсорінг та фандрайзинг” складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістрів спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є сучасні технології залучення коштів на соціальні та благодійні проекти.

Міждисциплінарні зв'язки: навчальна дисципліна тісно пов'язана з іншими дисциплінами, що вивчають механізми фінансування соціально-культурної діяльності. В першу чергу такими, як «Соціокультурна діяльність», «Менеджмент», «Маркетинг», «Економіка культури», «Основи соціокультурного підприємництва», «Соціокультурне проектування», «Економіка та ціноутворення в рекламі та PR», «Адміністрування громадських організацій» та ін.

Програма навчальної дисципліни складається з таких **змістових модулів:**

1. Спонсорінг і фандрайзинг в соціокультурній сфері.
2. Фандрайзинг: приклади української та міжнародної практики.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. **Мета навчальної дисципліни** – формування у майбутніх менеджерів теоретичних знань та практичних навичок для здійснення пошуку і збору коштів на реалізацію культурних і соціальних проектів в умовах ринкової економіки.

1.2. Основними **завданнями** вивчення дисципліни є оволодіння базовими технологіями по залучанню ресурсів для реалізації цільових програм та соціально значущих проектів; ознайомлення з історією виникнення та розвитку спонсорінгу та фандрайзингу в Україні та мирі, їх ролі у ринковій економіці та сучасному житті.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми магістри повинні:

знати:

- сутність та історію виникнення та розвитку благодійності в Україні та мирі;
- особливості спонсорінгу і фандрайзингу в соціокультурній сфері;
- основні пакети спонсорських програм;
- етапи повного циклу фандрайзингу;
- сучасні технології залучення коштів на проекти і програми в соціо-культурній сфері;

уміти:

- в процесі залучення ресурсів для реалізації проектів створювати умови ефективного фандрайзингу;
- здійснювати пошук донора, гранту тощо;
- моніторити та аналізувати реалізовані проекти в соціо-культурній сфері;
- планувати бюджет та складати супровідну документацію та звітність.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 36 години / 1 кредит ECTS, з них 28 годин аудиторних занять (20 год. – лекційних занять, 8 год. – практичних).

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Спонсорінг і фандрайзинг в соціокультурній сфері.

Благодійність, спонсорство, фандрайзинг як атрибути успішного бізнесу. Розробка благодійної політики підприємства. Фандрайзинг: залучення коштів на проекти і програми в соціо-культурній сфері.

Змістовий модуль 2. Фандрайзинг: приклади української та міжнародної практики.

Презентація та аналіз кращих вітчизняних і зарубіжних практик (кейсів) залучення коштів на соціальні і благодійні проекти.

Змістовий модуль 1. Спонсорінг і фандрайзинг в соціокультурній сфері

Тема 1. Благодійність, спонсорство, фандрайзинг як атрибути успішного бізнесу

Соціальні показники успішного бізнесу в Україні і за кордоном через оцінку програм благодійності, спонсорства та фандрайзингу. Специфіка українського спонсорства та кращі приклади міжнародного досвіду. Основні пакети спонсорських програм і оцінка їх економічного ефекту. Використання технологій фандрайзингу для розвитку бізнесу. Економіка благодійності

Фінансова оцінка благодійних проектів. Бухгалтерське оформлення благодійної допомоги. Благодійність і оподаткування. Планування обсягу коштів на благодійну діяльність. Маркетингові та PR результати благодійної діяльності.

Ставлення населення до благодійності в Україні. Оцінка взаємодії благодійників і ЗМІ. Публічний ефект - благодійна діяльність і соціальна відповідальність бізнесу. Робота зі ЗМІ щодо здійснення результатів благодійної діяльності

Тема 2. Розробка благодійної політики підприємства

Розробка основних принципів, цілей, завдань і блоків політики, критеріїв відбору партнерів та оцінки ефективності (в тому числі і економічної) проектів, що фінансуються. Вибір сегмента (ів) соціуму, на чий розвиток будуть спрямовані благодійні ресурси. Принципи вибору партнерів і проектів, що фінансуються. Хто повинен відповідати за реалізацію благодійної політики. Реалізація благодійної політики - що робити, коли політика розроблена, завдання зрозумілі, критерії відбору партнерів визначені. Методики розробки програм конкурсного відбору проектів. Що фінансуємо? Як повинен виглядати фінансований проект. Технології аналізу і відбору проектів як процес: експертна рада, зворотний зв'язок з учасниками. Відбір як PR-акція.

Оцінка ефективності благодійної політики - як ми можемо зрозуміти, що кошти, витрачені нами на благодійні проекти, повернутися назад з прибутком. Оцінка ефективності проектів, аналіз проектної діяльності. Пост-проектна діяльність: аналіз організацій-партнерів, корекція критеріїв відбору та методів оцінки ефективності, гучні акції за підсумками проектів. Перехід в новий цикл відбору.

Тема 3. Фандрайзинг: залучення коштів на проекти і програми в соціо-культурній сфері

Сутність. Історія виникнення та розвитку. Нормативно - правові основи фандрайзингу в Україні.

Пов'язані поняття: грант, заявка, донор, спонсор, грантодавці, заявник, проект, спонсорство, благодійність, пожертвування, патронаж, членство, меценатство, державні фонди, посередницькі фонди і приватні фонди.

Основні етапи повного циклу фандрайзингу: аналіз проблеми, ідея, опис цільової групи; визначення цілей і завдань; визначення механізмів і інструментів; складання кошторису, аналіз наявних і необхідних ресурсів; пошук і відбір потенційних донорів; проведення фандрайзингових заходів, акцій; аналіз отриманих результатів, вилучення уроків; подяка донорам.

Базові принципи фандрайзингу: не попросиш - не дадуть!, диверсифікація джерел, гроші до грошей, подяка, довгострокові відносини, не всі гроші однаково корисні, ефективність - вкрай важлива, презумпція ефективності НКО, важливість інвестицій, етика, ніколи не здавайтесь.

Характеристика основних джерел коштів: фонди; державні організації; комерційні організації, приватні особи.

Основні способи залучення коштів: масові розсилки і вкладення; безадресні звернення; ящики для пожертвувань (ящики-скарбнички, donation boxes); прямий діалог (Face-2-Face); заходи; реклама і ЗМІ; телемаркетинг; «Нові медіа» (New Media); партнерство з бізнесом; «Приведи друга» (Donor gets Donor).

Змістовий модуль 2. Фандрайзинг: приклади української та міжнародної практики.

Тема 4. Презентація та аналіз кращих вітчизняних і зарубіжних практик (кейсів) залучення коштів на соціальні і благодійні проекти.

Приклади («кейси») успішного залучення коштів українськими та міжнародними некомерційними організаціями. Опис кейса: підготовка фандрайзингової акції і цифри, що відображають її ефективність. Експертний аналіз кейса практикуючим фандрайзером. Розмаїття фандрайзингових «активностей»: масштабність фандрайзингової акції, джерела засобів, регіон, фандрайзингові технології. Презентація кейса. Адаптація приклада до наявних в нашій країні реалій, можливо, навіть повторення.

3. Основна рекомендована література

1. Авраменко А., Аксенов Г. Фандрайзинг: искусство добывать и отдавать деньги. – К.: Планета людей, 2011. – 94 с.
2. Артемьева Т.В., Тульчинский Г.Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования: Учебное пособие. – СПб.: Издательство «Лань», «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2010. – 288 с.
2. Дешко Т. Разработка проектов (методические рекомендации). – К.: Міжнародний Альянс по ВІЛ/СНІД, 2012. – 78 с.
3. Марков А. П., Бирженюк Г.М. Основы социокультурного проектирования: Учебное пособие. – СПб., 2007. – 133 с.
4. Пархоменко В., Прошко В., Мавко П. Стратегічне планування розвитку громади. Практичний посібник. – Львів: „СПОЛОМ”, 2012. – 61 с.
5. Програма SIGMA. Оцінка впливу як спосіб удосконалення інструментів політики. – К.: Видавничий дім „КМ Академія”, 2012. – 54 с.
6. Рубцов В. Індикатори та моніторинг у муніципальному управлінні. – К.: Гнозис, 2012. – 172 с.
8. Тюріна О., Маслич Б. Пошук та залучення ресурсів для реалізації цільових програм розвитку громад (матеріали семінару). – К.: Ресурсний центр „Гурт”, 2011 р. – 68 с.
9. Фандрайзинг. : навч. посіб./ Чернявська О.В., Соколова А.М. - К.: Центр навчальної літератури, 2013 - 188с.
10. Яременко О., Артюх О., Балакірева О. та ін. Науковий супровід, моніторинг та оцінка ефективності соціальних проектів. – К.: Державний центр соціальних служб для молоді; Державний інститут проблем сім'ї та молоді, 2012. – 98 с.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання. Передбачено поточний контроль знань у формі усного опитування, перевірки якості виконання завдань самостійної роботи, а також модульний контроль у формі письмового опитування. Підсумковий контроль засвоєння знань здійснюється у формі заліку: презентація фандрайзингового заходу.

5. Засоби діагностики успішності навчання.

Шкала оцінювання знань:

- 90-100 балів — відмінно (A);
- 82-89 балів — дуже добре (B);
- 74-81 балів — добре (C);
- 64-73 бали — задовільно (D);
- 60-63 бали — достатньо (E)
- 35-59 балів — незадовільно з можливістю повторного складання (FX);
- 1-34 бали — незадовільно з обов'язковим повторним курсом (F).