

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Дзержинский филиал ННГУ

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ
протокол от «31» мая 2023 г. № 6

Рабочая программа дисциплины
СПОНСОРСТВО И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ В
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки / специальность
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность образовательной программы
**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ
УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ**

Форма обучения
ОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ

Год набора: 2023

Дзержинск
2023

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01 Спонсорство и благотворительность в деятельности организации относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 (дисциплина по выбору) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль: Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией.

Дисциплина предназначена для освоения.

- студентами очной формы обучения - в 5 семестре,
- студентами заочной формы – в 9 семестре.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-8. Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности	ПК-8.1. Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке.	Знать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; Уметь использовать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; Владеть практическими навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;	<i>Контрольные вопросы Тест Задания/задачи для оценки сформированности компетенции Реферат</i>
	ПК-8.2. Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности.	Знать техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; Уметь использовать в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; Владеть навыками применения в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	<i>Контрольные вопросы Тест Задания/задачи для оценки сформированности компетенции Реферат</i>

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	108		108
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):	29		9
- занятия лекционного типа	12		4
- занятия семинарского типа	16		4
- КСРИФ	1		1
самостоятельная работа	79		95
Промежуточная аттестация – зачет			4

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе													Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы															
				из них															
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего						
Очная				Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная					
Тема 1. История развития благотворительности в России и зарубежом	23	0	22	3		1	4		1				7	0	2	16		20	
Тема 2. Мотивация участия в благотворительной деятельности	28	0	27	3		1	4		1				7	0	2	21		25	

Тема 3. Спонсоринг в связях с общественностью	28	0	27	3		1	4		1				7	0	2	21	25
Тема 4. Фандрайзинг как PR-технология	28	0	27	3		1	4		1				7	0	2	21	25
Контроль самостоятельной работы	1		1										1		1		
Промежуточная аттестация - зачет			4														
Итого	108	0	108	12	0	4	16	0	4	0	0	0	29	0	9	79	95

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.
Промежуточная аттестация проходит в традиционной форме (зачет).

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа является важнейшим элементом в системе обучения студента, поскольку способствует самоорганизации, развитию навыка управления временем и самостоятельного решения задач. Основными формами самостоятельной работы студентов являются: подготовка к семинарским занятиям, составление конспекта, подготовка к выступлению на семинаре, подготовка доклада, написание контрольной работы (эссе), подготовка к тестированию, подготовка к ролевой игре.

Подготовка к семинарским занятиям. Данный тип самостоятельной работы предполагает освоение той литературы, которая указана в планах семинарских занятий. Освоение литературы происходит согласно сформулированным к семинарским занятиям вопросам, которые являются своего рода ориентирами при отборе из прочитанного главного.

Составление конспекта. Конспект представляет собой сжатое изложение основных идей, изложенных в учебной литературе. Задачей, стоящей перед студентом при написании конспекта, является формулирование собственных идей на основе прочитанного. Цитирование уместно лишь тогда, когда нужно привести слова автора, например, когда дается определение, приводятся цифры или факты, предлагается аргументация положений. Объем конспекта – 6-7 страниц. Обязательны поля. Ключевые слова желательно подчеркивать маркером. Таким образом должен быть подготовлен каждый вопрос семинарского занятия.

Подготовка к выступлению на семинаре. Выступление должно быть по существу затронутых вопросов. При этом важно ссылаться на источники и литературу, из которых заимствовался материал. Желательно прокомментировать заимствованное из прочитанной литературы, раскрыть его сильные стороны. Ответ должен быть емким и не превышать пяти минут. В заключении важно обобщить сказанное, используя речевые клише.

Подготовка доклада. Выступление с докладом на семинаре – одна из форм, давно и успешно апробированных преподавательской практикой. Она позволяет одновременно решить целый комплекс задач: прежде всего она позволяет студенту основательно изучить интересующий его вопрос; затем предоставляет возможность изложить материал в компактном и доступном виде; далее – привнести в текст полемическую заостренность; наконец, приобрести начальные навыки презентации.

Доклад должен быть рассчитан на 10 минут выступления. Он должен содержать в себе три основные части: *вступление, основная часть, заключение*. Во вступлении необходимо обосновать важность и актуальность рассматриваемого вопроса. При этом нужно не забыть об ярких, запоминающихся примерах, фактах, цифрах, которые помогут заинтересовать публику, привлечь внимание слушателей. В основной части следует раскрыть тему доклада. Важным является сопровождение рассматриваемых положений своими комментариями. В заключении следует сделать краткие выводы.

Подготовка презентации. Доклад обучающегося может сопровождаться презентацией. Для подготовки презентации студенту необходимо выделить наиболее важные моменты сообщения и выстроить их в логической последовательности. Технически для подготовки презентации рекомендуется использовать программу Power Point. Особое внимание следует уделить принципам подготовки презентации: информационной наполненности слайдов, цветовому сопровождению материала и т.д. не стоит забывать о принципах публичного выступления и коммуникативных приемах.

Написание контрольной работы (эссе). Эссе – прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Требования к оформлению работы. Общий объем самостоятельной работы – до 6 страниц рукописного текста. В правом верхнем углу листа следует указать свою фамилию, номер группы, дату написания работы. Далее в центре листа написать тему эссе.

Подготовка к тестированию. При подготовке к тестированию необходимо обратить внимание на термины, понятия, имена выдающихся мыслителей. Тест предполагает проверку знаний, полученных в ходе изучения конкретной темы. Для подготовки к нему целесообразно перечитать конспекты лекций и семинарских занятий, освоить всю информацию, включенную в учебно-методические пособия и учебники по конкретной теме. Время на подготовку к тесту – 2-4 часа.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Спонсорство и благотворительность в деятельности организации», созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru>.

Учебно-методические документы, регламентирующие самостоятельную работу

1. Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при реализации образовательных программ высшего образования в ННГУ (Приказ от 29.12.2017 №630-ОД);
2. Положение о фонде оценочных средств, (Приказ от 10.06.2015 №247-ОД);

3. Положение об электронной информационно-образовательной среде ННГУ (Приказ от 20.11.2019 №601-ОД);

4. Положение о порядке организации и освоения факультативных и элективных дисциплин (модулей) в ННГУ (Приказ от 19.09.2017 № 427-ОД);

5. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов: учебно-метод. пособие/Е.И. Яковлева, А.В. Крымов, П.Ю. Иванов, Ю.В. Родионова, Е.В. Себина. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2018. – 62 с.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

	навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	Имели место грубые ошибки.	задач с некоторыми недочетами	некоторыми недочетами	ошибок и недочетов.	недочетов.	
--	--	----------------------------	-------------------------------	-----------------------	---------------------	------------	--

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы к зачету

Вопросы	Код формируемой компетенции
---------	-----------------------------

1. История развития благотворительности за рубежом.	ПК-8
2. История развития благотворительности в России.	ПК-8
3. Понятие общественной деятельности.	ПК-8
4. Роль и значение третьего сектора в современном мире.	ПК-8
5. Нормативно-правовая база благотворительной деятельности.	ПК-8
6. Цели благотворительной деятельности.	ПК-8
7. Формы благотворительных организаций.	ПК-8
8. Маркетинг благотворительных фондов и организаций.	ПК-8
9. Виды благотворительной деятельности.	ПК-8
10. Методы благотворительной деятельности.	ПК-8
11. Условия развития благотворительности в России.	ПК-8
12. Корпоративная благотворительность в России.	ПК-8
13. Социальное партнерство государства и благотворительных организаций в решении социальных проблем.	ПК-8
14. Комплекс маркетинга благотворительных организаций.	ПК-8
15. Маркетинговые исследования в благотворительной сфере.	ПК-8
16. Продвижение благотворительных фондов.	ПК-8
17. Роль спонсорской деятельности в организации.	ПК-8
18. Отличие спонсорства от благотворительности и филантропии.	ПК-8
19. Основные причины спонсорства.	ПК-8
20. Типология спонсорской деятельности.	ПК-8
21. Особенности спонсирования спорта.	ПК-8
22. Особенности спонсирования сферы искусств.	ПК-8
23. Особенности спонсирования и поддержки незащищенных слоев населения.	ПК-8
24. Особенности спонсорской деятельности в сфере политики.	ПК-8

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-8

Тест.

1. Целенаправленный систематический поиск спонсорских (или иных) средств для осуществления социально значимых проектов (программ, акций) и поддержки социально

значимых институтов – это:

- а) спонсоринг;
- б) фандрайзинг;
- в) non-profit.

2. Финансирование какого-либо мероприятия или учреждения на основе взаимовыгодного сотрудничества, накладывающее определенные обязательства на участвующие стороны – это:

- а) спонсорство; б) фандрайзинг; в) субсидирование; г) лизинг.

3. Оказание материальной и иной поддержки (информационной, организационной, юридической) нуждающемуся в ней лицу или организации, не предполагающее со стороны адресата никаких обязательств по отношению к дарителю – это:

- а) спонсорство; б) фандрайзинг;
- в) благотворительность; г) лизинг.

4. Что из перечисленного не является формой фандрайзинга?

- а) благотворительные мероприятия по сбору средств;
- б) пожертвования;
- в) гранты;
- г) public relations;
- д) сбор членских взносов.

5. Кто занимается фандрайзингом?

- а) фонды;
- б) общественные организации;
- в) предприниматели;
- г) государственные организации.

6. Привлечение средств компании-спонсора к какому-либо проекту или акции с целью достижения нужного рекламного эффекта – это:

- а) спонсоринг; б) фандрайзинг; в) non-profit.

7. Полный набор юридических, программных, финансовых, творческих и нормативных документов, обеспечивающих необходимый эффект спонсируемой акции – это:

- а) проект акции;
- б) техническое задание;
- в) спонсорский пакет;
- г) письмо-запрос.

8. Что такое «прогноз спонсорского эффекта»?

- а) сценарий;
- б) расчет воздействия рекламы на целевую аудиторию;
- в) оценка стоимости проекта;
- г) важная часть спонсорского пакета.

9. Краткое изложение проекта, содержащее ясную информацию о задачах, ожидаемых результатах, методах и стоимости выполнения проекта, а также описание заявителя, достижения и квалификацию организации – это:

- а) проект акции;

- б) техническое задание;
- в) спонсорский пакет;
- г) письмо-запрос.

10. Процент капиталовложений от стоимости проекта, который берет на себя генеральный спонсор:

- а) до 10%; б) до 25%; в) 50%; г) 100%.

11. Средства, безвозмездно передаваемые дарителем (фондом, корпорацией, правительственным учреждением) некоммерческой организации или частному лицу для выполнения конкретной работы – это:

- а) гранты;
- б) пожертвования;
- в) благотворительные мероприятия по сбору средств; г) сбор членских взносов.

12. Некоммерческая организация, которая распределяет частные средства в общественных интересах:

- а) общественная организация; б) фирма; в) фонд;
- г) государственный орган.

13. Что такое «теплый список»?

- а) список организаций, которые ответили категорическим отказом;
- б) список доноров, которые уже оказывали поддержку;
- в) список организаций, которые выразили заинтересованность, но по каким-то причинам не оказал вам материальной поддержки

5.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции ПК-8

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ СПЕКТАКЛЬ БФ «ТЕПЛЫЙ ДОМ»

Кейс составлен на основе интервью с фандрайзерами благотворительного фонда «Теплый дом» Ксенией Буксеевой, Ириной Смирновой и Ириной Левашовой.

Идея спектакля появилась благодаря друзьям Фонда Марии Бернцевой из «Sanoma Independent Media», Наталье Гольдберг из «Mannheimer Swartling» и попечителю Фонда Эдуарду Матушкину. По прошествии двух лет существования проекта фандрайзеры Фонда до сих пор считают, что живут в режиме проб и ошибок, хотя в 2012 году «Теплый дом» «заработал» на спектакле более трехсот тысяч рублей.

Фандрайзинговая суть мероприятия состоит в том, что актерами в спектакле выступают крупные бизнесмены или известные в городе статусные личности, которые, к тому же, вносят благотворительное пожертвование и приглашают на этот спектакль своих знакомых, таких же состоятельных людей, которые тоже делают пожертвование. Помимо этих гостей, Фонд также распространяет приглашения среди своих друзей.

Первый опыт 2010 года был очень ценным. Все было впервые: организаторы учились искать актеров-благотворителей, постигали особенности работы с партнерами из творческого цеха: режиссером, театром и другими, пробовали себя в роли «театральной кассы». Все понимали, что при организации такого мероприятия «все должно быть красиво» и эта красота требует средств. Пришлось платить за выездное питание, работу театральной труппы, помещение театра, типографские и другие расходы. Средства на организацию вечера обеспечили попечители «Теплого дома». Но, к сожалению, несмотря на усилия организаторов, в 2010 году мероприятие практически ничего не принесло фонду. В 2011 г вопрос встал таким образом, что «выходить в ноль» Фонд больше не может: либо

надо зарабатывать, либо отменять проект. После долгих колебаний было принято решение дать проекту еще один шанс.

Организаторы благотворительного вечера поставили амбициозную цель – привлечь «чистыми» полмиллиона рублей. Помимо этого, пиар и поиск новых доноров также были сформулированы как задачи. Спектакль был назначен на четверг, 19 января 2012 года. Ставили спектакль «Самый тот Золотой ключик». Все знают эту сказку, и это было большим плюсом по сравнению с первым спектаклем.

Ксения Буксеева: «В первый раз мы звали так: приходите, у нас играют такие-то и такие-то известные в городе люди. Что именно играют? Ну, какой-то неизвестный спектакль... Дело в том, что тогда роли писали именно под наших актеров-благотворителей, которые практически играли сами себя. Например, Кира Турчак, мать четверых детей, играла многодетную маму. Мы до последнего не знали, что увидим на сцене: спектакль создавался на ходу. В этом году выбор сюжета был более верным».

«Самый тот Золотой ключик» поставил режиссер Кирилл Ульянов по сценарию Анны Пармас (автор сценария фильма Авдотьи Смирновой «Два дня», сериала «Осторожно, модерн!»). Они сохранили сюжет сказки, главную интригу и любимых с детства героев. Но вот ситуации, в которые они попадают в спектакле, отмечены реалиями сегодняшнего дня. Мальвина ушла от безработного Пьеро, который не может ее обеспечить, Лиса Алиса и Кот Базилио уговаривают Буратино вложить деньги в землю, сделав самую надежную инвестицию с прибылью в 200%. Добиться желаемого им помогает алкоголь, который, как известно, является «самым легким способом сделать из человека дурака». В спектакле были задействованы 7 человек, каждый из которых сделал пожертвование в 40 тысяч рублей. Важно заметить, что среди них были и те, кто уже принимал участие в первом спектакле. Только три роли пришлось исполнять волонтерам Фонда.

Для проведения вечера был выбран Театр эстрады им. Райкина на пересечении Большой Конюшенной с Невским проспектом.

Ирина Левашова: «Мы смотрели, насколько эстетичной получится картинка всего вечера: от красивого холла до общего впечатления».

Ксения Буксеева: «Важным было также количество посадочных мест: не на 2 тысячи и не на 50 человек. Также важно, чтобы сцена имела все необходимое оборудование. В выборе театра нам очень помог актер Театра на Литейном Андрей Сидельников. Нас также привлекло то, что это театр Юрия Гальцева, но он, к сожалению, не смог принять участия в нашем вечере».

В зрительном зале было 160 мест, организованных по типу кабаре: столики на четверых. Как правило, люди за одним столиком знали друг друга, но были и те, кто попал

в случайную компанию. Это происходило потому, что организаторы распространяли как групповые, так и индивидуальные приглашения на вечер. Причем для компании из 4 человек организаторы предоставляли возможность пожертвования в 6 тысяч рублей, вместо 8. Но анонсировали они эту «скидку» только в последние дни, когда стало ясно, что остаются свободные места.

Было много споров о том, как организовать угощение. По решению большинства все-таки сделали фуршет: фрукты, канапе с колбасой и красной рыбой, конфеты и кофе,

шампанское в бокалах. Для угощения гостей шампанским перед спектаклем и уборки столов пригласили официантов.

Ирина Левашова: «Пустые столы многих смущали. Был номерок столика, и больше ничего. Но на будущее мы думаем от столиков отказаться, потому что они существенно увеличили бюджет и сократили пространство для по садочных мест. В этом зале могли разместиться 300–400 человек, за пожертвование меньшего размера».

Сбор пожертвований для участия в благотворительной лотерее производится в прозрачные ящики-копилки. Еще одним развлечением вечера для гостей стал розыгрыш призов, который вел актер Андрей Сидельников. Любой желающий до спектакля мог сделать пожертвование размером от 100 рублей и получить номерок, а после – номерок участвовал в розыгрыше. Призы были бесплатно предоставлены партнерами вечера: подписка на журнал Esquire, ваучер на двоих в ресторане Corinthia, ужин в ресторане Stroganoff Steak House и другие. Благодаря розыгрышу призов в Фонд поступило дополнительно 32 700 рублей. В целом, у Фонда получилось привлечь 600 тысяч рублей. Из них было потрачено 273 тысячи.

Расходы

Самыми крупными статьями бюджета стали выездное питание и аренда театра, в которую вошли освещение спектакля, работа звукорежиссера и монтажера, сцена, аренда примерок, гардероба, а также возможность генерального «прогона» спектакля на сцене за два дня до премьеры. Поскольку Фонд стремился пригласить на спектакль зрителей, которые могли сделать пожертвование в 2 тысячи рублей, то пригласительные билеты должны были транслировать ценность всей затеи: они должны были быть красивыми, на хорошей бумаге. Соответственно, на печать также пришлось потратить деньги, но организаторы смогли договориться о печати по себестоимости. Фонд не платил за костюмы, а звукооператор и гримеры отказались от гонорара в пользу Фонда.

Другие результаты

К сожалению, не каждое место в зале «принесло» Фонду пожертвование. Почти половину пригласительных билетов организаторы раздали бесплатно, чтобы заполнить зрительный зал. К положительным результатам можно отнести освещение мероприятия в СМИ: статья в электронном журнале «Филантроп», видеосюжет на «Питер ТВ», репортаж на «Пятом канале». К победе фандрайзеров Фонда стоит отнести тот факт, что второй год подряд их поддержали одни и те же доноры. На первый спектакль их привели друзья Фонда, а уже ко второму спектаклю «Теплый дом» смог сам обо всем с ними договориться. Появился и новый донор – компания «Аладушкин», которая передала 100 тысяч на проведение мероприятия. Важным элементом мероприятия стало общение актеров-благотворителей между собой.

Ирина Левашова: «Это наша заслуга в этом году и упущение в прошлом. В прошлом году они сыграли спектакль и разошлись. А в этом году через пару недель мы устроили after party, и все были просто счастливы. Обсуждая это мероприятие, доноры прониклись больше идеей благотворительности и помощи семьям «Теплого дома», а еще у них возникли какие-то общие планы. Для нас важно, что мероприятие произвело такое мощное эмоциональное воздействие на людей».

Целевые группы и источники средств

Целевые группы вечера, на привлечение которых был направлен вектор деятельности фандрайзеров Фонда, можно представить следующим образом:

1. Актеры-благотворители.

2. Зрители, которые придут смотреть на своих друзей.
3. Зрители, которые просто придут посмотреть спектакль.

Актеров- благотворителей искали только по личным контактам попечителей и друзей Фонда, поэтому с отказами сталкиваться не пришлось. Как отмечают сами организаторы вечера, людей привлекала возможность реализовать свои мечты, воспоминания о студенческих капустниках и КВН. По словам самих актеров, участие в театральной постановке необычайно помогло им в жизни и в бизнесе.

Ксения Буксеева: «До спектакля информация распространялась по личным каналам. Из публикаций был анонс на нашем сайте, плюс была запись для «Авторадио» буквально за пару дней до самого спектакля. «Балтийские деловые ведомости» напечатали наш пресс-релиз. В «Собаке» за январь было интервью с Анной Пармас, в котором вскользь был упомянут спектакль».

Несколько афиш развесили непосредственно в день спектакля в фойе театра, но, по словам организаторов, это надо было сделать раньше. Другой крупной группой, с которой работали фандрайзеры, были компании. Надо отметить, что в фонде «Теплый дом» уже сложилась достаточно сильная практика работы с бизнесом.

Ксения Буксеева: «Мы стараемся сфокусироваться на компаниях, потому что частным донорам наша проблематика часто не вполне понятна. Все-таки мы работаем с кризисной семьей, и там есть этические проблемы. Часто люди нам говорят: «Зачем вы им помогаете, это же алкоголики». Или: «А зачем они столько детей нарожали?» И мы для себя еще не нашли достаточно аргументов, чтобы противостоять таким выпадам. Нужно понимать, что, с увеличением количества частных доноров, количество проблемных вопросов будет увеличиваться. Пока мы не очень знаем, как с этим массивом работать».

Фандрайзеры Фонда отмечают, что в работе с компаниями они регулярно сталкиваются с одной и той же проблемой: как реагировать на запросы о рекламных возможностях Фонда и проекта?

Ксения Буксеева: «Стремление компаний разрекламировать свое участие в благотворительном проекте объяснимо. Но здесь важно дать им почувствовать, что мы не рекламное агентство и не можем обеспечить неслыханный резонанс, потому что мы не платим за рекламу. Нам иногда приходится терпеливо объяснять корпоративным партнерам, что наша работа заключается в другом».

Страхи и риски

Организаторы любого мероприятия рискуют столкнуться с нештатными ситуациями. И здесь их умение предусмотреть и справиться с форс-мажором зачастую определяет успех мероприятия.

Ирина Левашова: «Конечно, мы боялись, что не найдем нужного количества актеров, не наберем денег, что просто потратим время, средства и силы, а результата не будет...»

Репетиции проводились трижды в неделю. График составлял режиссер.

Ирина Левашова: «Нам было очень трудно гарантировать ему присутствие актеров: люди занятые, кто-то в командировку, кто-то в Альпы. Поэтому мы сами присутствовали на всех репетициях от начала до конца, знали весь текст и могли заменить любого актера на площадке во время репетиции. Да и во время спектакля смогли бы».

Ксения Буксеева: «Мы начали готовиться еще летом. Определили сюжет спектакля, площадку, концепцию всего действия. Распространение приглашений началось в ноябре. Мы планировали сделать спектакль в начале декабря 2011 года, но, к сожалению, театр перенес время нашего спектакля: им так было удобнее. Получилось, что дата проведения – 19 января – и период подготовки спектакля совпали с большими праздниками: Новый год, Рождество и Крещение. В результате, мы частично лишились публики».

Ошибки и выводы

Анализ мероприятия позволил организаторам сформулировать выводы, которые надо учесть при подготовке следующего спектакля. Вот как обозначают свои ошибки сами фандрайзеры «Теплого дома»:

- «Нам не удалось на 100% распространить пригласительные билеты за пожертвования, мы не успели продумать каналы и способы их распространения. Пришлось раздавать их людям, которые не вносили пожертвование – лишь бы заполнить места в зале».
- «В первый раз мы допустили ошибку: для репетиций мы искали площадки в театрах или в других местах, уговаривали их на «бесплатно». В 2012 все репетиции проходили в холле «Теплого дома», что позволило нашим актерам ощутить связь спектакля с непосредственной помощью семьям. Приходя сюда, они видели – тут проходят занятия, сюда за продуктами и вещами приходят нуждающиеся, здесь ведется реальная работа».
- «Для проведения вечера нужно привлекать очень известных в городе людей и включать в постановку профессиональных актеров, чтобы добиться качества спектакля, его успешного продвижения и достижения фандрайзинговых целей».
- «Фандрайзеры на таких мероприятиях должны быть среди гостей: знакомиться и заводить контакты. Что-то расставлять и исправлять за кулисами должен кто-то другой».
- «Очень важен момент первого приветствия гостей. И фильтрации «случайных» гостей, которые приходят под видом VIP-персон или прессы просто поесть».
- «Стоит приложить все старания, чтобы получить бесплатную площадку для спектакля, может быть, договориться о льготной или безвозмездной аренде театра».

Главный вывод сотрудников фонда «Теплый дом» заключался в том, что главным для организаторов благотворительного мероприятия должен быть оптимизм и девиз: «Выход есть из любой ситуации!»

Вопросы:

1. Кто выступает в качестве доноров?
2. Достигли ли организаторы поставленных целей?
3. С какими трудностями столкнулись организаторы мероприятия?
4. Как Вы считаете, насколько эффективны подобные мероприятия?

5.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов

Темы рефератов

1. Благоедеяние, дарение, жертвование как основа благотворительной традиции в эпоху Античности.
2. Деятельность благотворительных учреждений в средние века.

3. Развитие благотворительной деятельности в Европе в Новое время
4. Благотворительность в европейских странах и США в 19 в.
5. Благотворительность в средневековой Руси.
6. Благотворительность и общественное призвание в Российской Империи.
7. Общественное призвание и благотворительность в зарубежных странах.
8. Благотворительные общества в России: исторический аспект.
9. Деятельность крупнейших общественных объединений в Российской Федерации.
10. Международные благотворительные организации.
11. Миссия благотворительной деятельности: понятие и подходы к формулировке.
12. Природа лидерства в благотворительной деятельности: личностные качества и поведение.
13. Специфика управленческой деятельности в благотворительной деятельности.
14. Особенности мотивирования и мотивационного процесса в благотворительной деятельности.
15. Оценка эффективности менеджмента благотворительной деятельности.
16. Сравнительные характеристики социальной и коммерческой рекламы.
17. Благотворительная деятельность: роль в экономике услуг развитых стран.
18. Анализ эффективности благотворительной деятельности.
19. Задачи и направления корпоративной благотворительной деятельности
20. Ключевые формы реализации корпоративной благотворительной деятельности.
21. Понятие спонсорства. Предпосылки возникновения спонсорства в России.
22. Основные отличия благотворительности и спонсорства.
23. Виды спонсорства, их особенности.
24. Основные российские нормативно-правовые акты в области фандрайзинга.
25. Необходимость государственного правового регулирования благотворительной спонсорской деятельности.
26. Особенности заключения договоров с благотворителями и спонсорами.
27. Маркетинг специальных мероприятий.
28. Фандрайзинг как маркетинговая технология общественных объединений.
29. Маркетинговые исследования в благотворительной сфере.
30. Продвижение благотворительных фондов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература

1. О благотворительной деятельности и благотворительных организациях: Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ / Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Адрес доступа: <http://www.garant.ru>
2. Ромашко, Т. В. Фандрейзинг, спонсорство и благотворительность : учебно-методическое пособие для вузов / Т. В. Ромашко. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2021. — 88 с. — ISBN 978-5-8114-5934-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146619>
3. Современные тенденции частной благотворительности в России. Новый формат добрых дел: Сборник научных трудов - Москва :НАФИ, 2017. - 45 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/953480>

б) Дополнительная литература:

1. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 294 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016384-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1127684>
2. Институт экономики города [Электронный ресурс] / Оценка влияния корпоративных социальных и благотворительных программ на показатели основной деятельности

компаний: обзор зарубежного опыта. - Электрон. Дан. - URL: http://www.urbaneconomics.ru/projects/?mat_id=1

3. Международный центр спонсорства [Электронный ресурс] / Электрон. Дан. - URL: http://db.projectharmony.ru/login_user.php/

в) Программное обеспечение и ресурсы Интернет

1. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] Режим доступа <http://www.akarussia.ru/> — Загл. с экрана.
2. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // Режим доступа www.sostav.ru, . — Загл. с экрана. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] Режим доступа // www.advertology.ru. — Загл. с экрана.
3. Фонд образовательных электронных ресурсов ННГУ Электронный ресурс [Электронный ресурс]. <http://www.unn.ru/books/resources.html> - Загл. с экрана.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: ученические столы и стулья, мелованная доска, набор учебно-наглядных пособий, рабочее место преподавателя: стол, стул, кафедра.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду

Специальные условия организации обучения по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация обучения по дисциплине инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья при наличии таких обучающихся путем создания специальных условий для получения образования.

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии).

В соответствии с Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утв. Минобрнауки РФ 08.04.2014 АК-44/05вн при изучении дисциплины предполагается использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При освоении дисциплины используются различные сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности обучающихся для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций. Форма проведения промежуточной аттестации для обучающихся-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей. По личной просьбе обучающегося с ограниченными возможностями здоровья, изложенной в форме письменного заявления, по дисциплине предусматриваются:

- замена устного ответа на письменный ответ при сдаче зачета или экзамена;

- увеличение продолжительности времени на подготовку к ответу на зачете или экзамене;
- при подведении результатов промежуточной аттестации студентов выставляется максимальное количество баллов за посещаемость аудиторных занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Автор (ы): кандидат культурологии, доцент кафедры гуманитарно-правовых дисциплин Рыжакова Е.В.

Программа одобрена Методической комиссией Дзержинского филиала ННГУ от 31.05.2023 года, протокол № 13.