

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ  
АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
ПСИХОЛОГИИ И СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ»  
(СПбГИПСР)**

**КАФЕДРА ТЕОРИИ И ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Руководитель образовательной программы,  
доктор педагогических наук, доцент,  
профессор кафедры теории  
и технологии социальной работы

С.С. Лебедева

«20» апреля 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**СПОНСОРИНГ И ФАНДРАЙЗИНГ**

основной профессиональной образовательной программы  
«Инновационные практики в социальной сфере»  
по направлению подготовки 39.04.02 Социальная работа

Разработчик: канд. пед. наук, доцент, зав. кафедрой Платонова Юлия Юрьевна

Согласовано: канд. пед. наук, доцент, зав. кафедрой Платонова Юлия Юрьевна

Санкт-Петербург

2022

## РАЗДЕЛ 1. Учебно-методический раздел рабочей программы дисциплины

### 1.1. Аннотация рабочей программы дисциплины

#### СПОНСОРИНГ И ФАНДРАЙЗИНГ

**Цель изучения дисциплины:** формирование у обучающихся знаний в области привлечения инвестиций методами спонсоринга и фандрайзинга.

**Задачи дисциплины:**

1. Сформировать знания о поиске, анализе и оценки технологий спонсоринга и фандрайзинга;
2. Дать представление о методах привлечения инвестиций в организации социальной сферы;
3. Продемонстрировать существующие технологий привлечения инвестиций ;
4. Выделить этапы планирования, организации и контроля в спонсоринге и фандрайзинге.

**Содержание дисциплины:**

Определение основных понятий спонсоринг и фандрайзинг, благотворительность, меценатство, попечительство, покровительство (патронаж), субсидия. Истоки и причины возникновения спонсоринга и фандрайзинга как видов профессиональной деятельности. Система благотворительных фондов. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные. Фонды прямого действия и региональные фонды. Основная классификация спонсоров. Современная практика спонсоринга и фандрайзинга. Взаимодействие спонсоров и организаторов. Системы отчетности в спонсоринге и фандрайзинге. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций. Инновационная форма спонсорства и фандрайзинга и применение цифрового маркетинга. Практика работы подразделений по фандрайзингу в PR-структурах. Критерии поддержки социального проекта бизнес сектором и мотивы сотрудничества.

### 1.2. Цель и задачи обучения по дисциплине

**Цель<sup>1</sup>:**

формирование у обучающихся знаний в области привлечения инвестиций методами спонсоринга и фандрайзинга.

**Задачи<sup>2</sup>:**

1. Сформировать знания о поиске, анализе и оценки технологий спонсоринга и фандрайзинга;
2. Дать представление о методах привлечения инвестиций в организации социальной сферы;
3. Продемонстрировать существующие технологий привлечения инвестиций;
4. Выделить этапы планирования, организации и контроля в спонсоринге и фандрайзинге.

### 1.3. Язык обучения

<sup>1</sup> Цель – представление о результатах освоения дисциплины. Цель дисциплины должна быть соотнесена с результатом освоения ОП ВО (формируемыми компетенциями). Цель должна быть обозначена кратко, четко и иметь практическую направленность. Достижение цели должно быть проверяемым

<sup>2</sup> Формулировка задач должна быть связана со знаниями, умениями и навыками (владениями), также должны быть учтены виды деятельности, указанные в ОП ВО.

Язык обучения – русский.

**1.4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий, самостоятельную работу, форму промежуточной аттестации\***

Форма обучения	Общий объем дисциплины			Объем в академических часах							
	В зачед.	В астрон. часах	В академ. часах	Объем самостоятельной работы	Объем контактной работы обучающихся с преподавателем					В том числе практическая подготовка*	Промежуточная аттестация (зачет)**
					Всего	Виды учебных занятий					
						Всего учебных занятий	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа			
Очная	2	54	72	44	28	26	8	18		2	
Заочная	2	54	72	62	10	8	2	6		2	

\*Часы на практическую подготовку выделяются в тех дисциплинах, где она предусмотрена (в лекциях, практических занятиях, коллоквиумах, кейсах и прочее)

\*\*В случае реализации смешанного обучения рабочая программа дисциплины адаптируется преподавателем в части всех видов учебных занятий и промежуточной аттестации к использованию дистанционных образовательных технологий.

**1.5. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы**

Код компетенции наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-3. Способен к планированию, контролю и организации работы с персоналом, реализующим деятельность по социальной защите граждан	ИПК -3.1. Использует знания принципов и методов планирования работы с персоналом; ИПК -3.2. Применяет различные методы контроля работы персонала, реализующего деятельность по социальной защите граждан; ИПК -3.3. Осуществляет организацию работы с персоналом, реализующим деятельность по социальной защите граждан.	<b>На уровне знаний:</b> Знает принципы и методы планирования в спонсоринге и фандрайзинге при работе с персоналом <b>На уровне умений:</b> умеет применять знания в области поиска инвестиций на своем рабочем месте <b>На уровне навыков:</b> Владеет навыками управления в сфере спонсоринга и фандрайзинга

ПК-5. Способен обеспечить развитие организации социального обслуживания	ИПК -5.1. Использует знания процедуры оценки эффективности деятельности организаций; ИПК -5.2. Внедряет современные методы и инструменты оказания социальных услуг; ИПК -5.3. Разрабатывает инновационные подходы к развитию ресурсов организации.	<p><b>На уровне знаний:</b> Знает направления спонсоринга и фандрайзинга при эффективном управлении персоналом</p> <p><b>На уровне умений:</b> умеет организовать внедрение технологий спонсоринга и фандрайзинга с целью оказания эффективных социальных услуг;</p> <p><b>На уровне навыков:</b> владеет навыками разработки инновационных направлений работы в сфере спонсоринга и фандрайзинга с целью развития организации.</p>
-------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## РАЗДЕЛ 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1. Учебно-тематический план дисциплины

#### Очная форма обучения

Номер темы	Наименование темы	Объем дисциплины (модуля), час.				СР	Форма промежуточной аттестации (ПА)
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				
			Л	ПЗ	ПрП*		
Тема 1	Введение в спонсоринг и фандрайзинг	14	2	4		8	
Тема 2	Спонсоринг и фандрайзинг как виды профессиональной деятельности	14	4	4		6	
Тема 3	Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы.	14		6		8	
Тема 4	Современная практика спонсоринга и фандрайзинга.	14	2	4		8	
Тема 5.	Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций	14				14	
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>2</b>					<b>зачет</b>
	<b>ВСЕГО в академических часах</b>	<b>72</b>	<b>8</b>	<b>18</b>		<b>44</b>	

### Заочная форма обучения

Номер темы	Наименование темы	Объем дисциплины (модуля), час.				Форма промежуточной аттестации (ПА)	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР
			Л	ПЗ	ПрП*		
Тема 1	Введение в спонсоринг и фандрайзинг	14	2			12	
Тема 2	Спонсоринг и фандрайзинг как виды профессиональной деятельности	14		2		12	
Тема 3	Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы	14		2		12	
Тема 4	Современная практика спонсоринга и фандрайзинга.	14		2		12	
Тема 5	Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций	14				14	
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>2</b>					
	<b>ВСЕГО в академических часах</b>	<b>72</b>	<b>2</b>	<b>6</b>		<b>62</b>	

\* Разработчик указывает формы промежуточной аттестации: экзамен, зачет, дифференцированный зачет.

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

ПрП – работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации практической подготовки;

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

## 2.2. Краткое содержание тем (разделов) дисциплины

### Тема 1. Введение в спонсоринг и фандрайзинг.

Определение основных понятий спонсоринг и фандрайзинг, благотворительность, меценатство, попечительство, покровительство (патронаж), субсидия. Предмет спонсоринга и фандрайзинга. Характеристика основных сходств и различий. Цели спонсорства и его основные направления.

### **Тема 2. Спонсоринг и фандрайзинг как виды профессиональной деятельности**

Истоки и причины возникновения спонсоринга и фандрайзинга как видов профессиональной деятельности. Роль и место спонсоринга и фандрайзинга в системе маркетинга. Субъекты и виды спонсоринга и фандрайзинга. Взаимодействие спонсоринга и фандрайзинга.

### **Тема 3. Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы.**

Система благотворительных фондов. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные. Фонды прямого действия и региональные фонды. Основная классификация спонсоров. Характеристика международных организаций и фондов, работающих в России. Стратегия работы с международными фондами. Особенности деятельности различных фондов.

Понятие Эндаумент фонда. Фонд Нобеля – первый эндаумент фонд в истории. Эндаумент фонды в США. Эндаумент фонды в сфере образования.

### **Тема 4. Современная практика спонсоринга и фандрайзинга.**

Взаимодействие спонсоров и организаторов. Системы отчетности в спонсоринге и фандрайзинге. Отчет как неотъемлемая часть работы со спонсором. Основные способы проверки. Привлечение спонсоров. Теоретические подходы и практические способы их реализации. Подготовка пакета документов. Методологические основы и этапы проведения переговоров с потенциальными спонсорами. Формирование бюджета проекта. Спонсорский пакет.

Практика и состояние рынка спонсоринга и фандрайзинга в России и США. Сравнительные характеристики и тенденции развития рынков спонсоринга и фандрайзинга в России и западных странах.

### **Тема 5. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.**

Инновационная форма спонсорства и фандрайзинга и применение цифрового маркетинга. Практика работы подразделений по фандрайзингу в PR-структурах. Критерии поддержки социального проекта бизнес сектором и мотивы сотрудничества.

Этические аспекты фандрайзинговой деятельности. Кодекс фандрайзера. Профессионально-этические стандарты фандрайзинговой деятельности.

## **2.3. Описание занятий семинарского типа**

### **Тема 1. Введение в спонсоринг и фандрайзинг.**

**Цель:** сформировать у магистров представления о сущности современных направлений поиска инвестиций.

**Понятийный аппарат:** спонсоринг, фандрайзинг, благотворительность, меценатство; попечительство, покровительство (патронаж), субсидия.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Этапы становления и развития спонсоринга в России и за рубежом.
2. Сущность и основные определения фандрайзинга.
3. Специфика направлений по привлечению средств в социальную организацию.

### **Тема 2. Спонсоринг и фандрайзинг как виды профессиональной деятельности**

**Цель:** сформировать у магистров представление о спонсоринге и фандрайзинге как видах профессиональной деятельности

**Понятийный аппарат:** спонсоринг, фандрайзинг

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Истоки и причины возникновения спонсоринга и фандрайзинга как видов профессиональной деятельности.
2. Субъекты и виды спонсоринга и фандрайзинга.
3. Взаимодействие спонсоринга и фандрайзинга.

### **Тема 3. Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы.**

**Цель:** ознакомить обучающихся со структурой взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы.

**Понятийный аппарат:** социально-культурная сфера, бизнес-структуры

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные.
2. Фонды прямого действия и региональные фонды.
3. Основная классификация спонсоров.

### **Тема 4. Современная практика спонсоринга и фандрайзинга.**

**Цель:** ознакомить магистров с практикой спонсоринга и фандрайзинга.

**Понятийный аппарат:** спонсоринг, фандрайзинг, благотворительность, меценатство; попечительство, покровительство (патронаж), субсидия.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Взаимодействие спонсоров и организаторов.
2. Понятие Эндаумент фонда.

3. Отчет как неотъемлемая часть работы со спонсором. Основные способы проверки.

#### **Тема 5. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.**

**Цель:** ознакомить магистров с сущностью информационного обеспечения спонсоринга и фандрайзинга.

**Понятийный аппарат:** интерактивный маркетинг, маркетинговые исследования в сети Интернет.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Сущность и преимущества маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.
2. Практика работы подразделений по фандрайзингу в PR-структурах.
3. Источники маркетинговой информации в сети Интернет.

#### **2.4. Описание занятий в интерактивных формах**

Программой не предусмотрены.

#### **2.5. Организация планирования встреч с приглашенными представителями организаций**

Программой не предусмотрены встречи с представителями государственных и зарубежных организаций.

#### **2.6. Особенности освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья**

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

- 1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
  - размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
  - присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
  - выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- 2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:



- надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

- возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Получение образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

<b>Категории студентов</b>	<b>Формы</b>
С нарушением слуха	- в печатной форме; - в форме электронного документа
С нарушением зрения	- в печатной форме увеличенным шрифтом; - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла
С нарушением опорно-двигательного аппарата	- в печатной форме; - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

Перечень фондов оценочных средств, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие оценочные средства:

<b>Категории студентов</b>	<b>Виды оценочных средств</b>	<b>Формы контроля и оценки результатов обучения</b>
С нарушением слуха	тест	преимущественно письменная проверка
С нарушением зрения собеседование	собеседование	преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушением опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные вопросы	-

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья увеличивается время на подготовку ответов к зачёту, разрешается готовить ответы с использованием дистанционных образовательных технологий.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций. При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся. При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

- инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме);

- доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом);

- доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья предоставляются основная и дополнительная учебная литература в виде электронного документа в фонде библиотеки и / или в электронно-библиотечных системах.

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:

- лекционная аудитория – мультимедийное оборудование (для студентов с нарушениями слуха);
- учебная аудитория для практических занятий (семинаров) мультимедийное оборудование, (для студентов с нарушениями слуха).

## **2.7. Методические указания для студентов по освоению дисциплины**

Теоретико-методологической основой данного курса выступают междисциплинарные исследования в области экономики, менеджмента, маркетинга и социальной работы.

Основным понятийным аппаратом и наиболее значимыми вопросами изучения данной программы являются: базовые подходы к понятию маркетинговых исследований, организации маркетинговых исследований в деятельности организаций социальной сферы.

Основными принципами изучения данной дисциплины являются:

- принцип научности и связи теории с практикой;
- принцип доступности;
- принцип положительной мотивации и благоприятного климата обучения.

Методическое обеспечение дисциплины осуществляется за счёт использования современных учебников (учебных комплексов, справочной литературы, словарей, интернет-сайтов специальных зданий и организаций) и учебных пособий, касающихся проблематики изучаемой дисциплины (маркетинг, социальный маркетинг, маркетинг услуг).

## **2.8. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным оборудованием и аудио системой, с возможностью демонстрации интерактивных пособий и учебных фильмов, с доступом к сети Интернет.

### **Учебно-практическая лаборатория «Центр компьютерных технологий»**

Используемое оборудование: комплекты специализированной мебели, компьютерная техника с доступом к сети Интернет.

## **РАЗДЕЛ 3. Требования к самостоятельной работе студентов в рамках освоения дисциплины**

### **Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся в рамках дисциплины «Спонсоринг и фандрайзинг» является одним из базовых компонентом обучения, приобретения общекультурных и профессиональных компетенций, предусмотренных компетентностно-ориентированным учебным планом и рабочей программой учебной дисциплины. В процессе самостоятельной работы обучающиеся проявляют свои творческие качества, поднимаются на более высокий уровень профессионализации.

При изучении курса используются следующие формы самостоятельной работы:

- работа с книгой;
- работа со словарями;
- конспектирование;
- тезирование;
- решение «кейс-методов».

Оформление самостоятельной работы:

Титульный лист. Образец титульного листа определяется Положением об аттестации учебной работы студентов института, и опубликован на сайте [www.psysocwork.ru](http://www.psysocwork.ru) раздел «Учебный процесс» / «самостоятельная работа».

Устанавливаются следующие требования к оформлению самостоятельной работы:

параметры страницы (210x297 мм) А4;

интервал полуторный;

шрифт 12, Times New Roman;

поля страницы: левое – 2 см, правое – 1,5 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см.

все страницы должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами в верхнем правом углу.

### **3.1. Задания для самостоятельной работы по каждой теме (разделу) учебно-тематического плана**

#### **Тема 1. Введение в спонсоринг и фандрайзинг.**

##### **Задания:**

1. Предмет спонсоринга и фандрайзинга.
2. Цели спонсорства и его основные направления.
3. Цели фандрайзинга и его основные направления
4. Характеристика основных сходств и различий спонсоринга и фандрайзинга
5. Тенденции в благотворительности.

#### **Тема 2. Спонсоринг и фандрайзинг как виды профессиональной деятельности.**

##### **Задания:**

1. Истоки и причины возникновения спонсоринга и фандрайзинга как видов профессиональной деятельности.
2. Роль и место спонсоринга и фандрайзинга в системе маркетинга.;
3. Субъекты и виды спонсоринга и фандрайзинга;
4. Взаимодействие спонсоринга и фандрайзинга.
5. Основные принципы эффективного фандрайзинга.

#### **Тема 3. Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы.**

##### **Задания:**

1. Система благотворительных фондов.
2. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные.
3. Методологические основы и этапы проведения переговоров с потенциальными спонсорами.
4. Фонды прямого действия и региональные фонды.
5. Спонсорский пакет.

#### **.Тема 4. Современная практика спонсоринга и фандрайзинга.**

##### **Задания:**

1. Взаимодействие спонсоров и организаторов.
2. Практика и состояние рынка спонсоринга и фандрайзинга в России и США.
3. Сравнительные характеристики и тенденции развития рынков спонсоринга и фандрайзинга в России и западных странах.
4. Эндаумент фонды в США. Эндаумент фонды в сфере образования.
5. Характеристика международных организаций и фондов, работающих в России.

## **Тема 5. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.**

### **Задания:**

1. Инновационная форма спонсорства, применение Интернет технологий.
2. Практика работы подразделений по фандрайзингу в PR-структурах.
3. Критерии поддержки социально-культурного проекта бизнес сектором и мотивы сотрудничества.
4. Этические аспекты фандрайзинговой деятельности.
5. Обзор существующих методов проведения маркетинговых исследований в Интернет.

### **3.2. Критерии оценки результатов выполнения самостоятельной работы**

Критериями оценки результатов самостоятельной работы студента является оценка сформированности компетенций.

Оценка самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Разделом 4 об аттестации учебной работы студентов института.

Баллы БРС присваиваются следующим образом:

- 30 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы достойны отличной оценки;
- 25 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы в среднем достойны хорошей оценки;
- 20 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы в среднем достойны удовлетворительной оценки;
- 10 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в не полном объеме (не менее 75% заданий), все работы в среднем достойны оценки не ниже хорошей;
- 0 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы в среднем достойны неудовлетворительной оценки.

## **РАЗДЕЛ 4. Фонд оценочных средств**

### **4.1. Материалы, обеспечивающие методическое сопровождение оценки качества знаний по дисциплине на различных этапах ее освоения**

К основным формам контроля, определяющим процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Спонсоринг и фандрайзинг» относится рубежный контроль (контрольная работа), промежуточная аттестация в форме экзамена.

Критериями и показателями оценивания компетенций на различных этапах формирования компетенций являются:

- знание терминов, понятий, категорий, концепций и теорий по дисциплине;
- понимание связей между теорией и практикой;
- сформированность аналитических способностей в процессе изучения дисциплины;
- знание специальной литературы по дисциплине.

### **Шкала оценивания<sup>3</sup>**

Уровень знаний, аттестуемых на экзамене, оценивается по пятибалльной системе с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

### **ОТЛИЧНО (5 баллов)**

Обучающийся показывает **высокий уровень теоретических знаний**: глубоко знает теоретические основы спонсоринга и фандрайзинга для подготовки и принятия компетентных решений по развитию стратегий по привлечению средств, качественно анализирует направления и тренды спонсоринга и фандрайзинга, грамотно проводит анализ инструментов развития спонсоринга и фандрайзинга, разработки и обоснования системных решений по использованию технологий по привлечению средств в организацию; свободно владеет анализом и моделированием социальных процессов, протекающих в организации, при использовании спонсоринга и фандрайзинга, детально выделяет мероприятия плана по привлечению дополнительных средств в организацию.

Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры, обнаруживает аналитический подход в освещении различных концепций, делает содержательные выводы, демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебной программы и дополнительных источников информации. На вопросы отвечает четко, логично, уверенно, по существу. Способен принимать быстрые и нестандартные решения.

Многоплановое решение профессионально-ориентированной задачи (кейса)

### **ХОРОШО (4 балла)**

Обучающийся показывает **достаточный уровень теоретических знаний** основ спонсоринга и фандрайзинга для подготовки и принятия компетентных решений по развитию стратегий по привлечению средств, анализирует направления и тренды спонсоринга и фандрайзинга; несколько поверхностно проводит анализ инструментов развития спонсоринга и фандрайзинга, разработки и обоснования системных решений по использованию технологий по привлечению средств в организацию; в общих чертах владеет анализом и моделированием

---

<sup>3</sup> Критерии оценивания могут уточняться и дополняться в соответствии со спецификой дисциплины, установленных форм контроля, применяемых технологий обучения и оценивания

социальных процессов, протекающих в организации при использовании спонсоринга и фандрайзинга.

В целом, показывает достаточный уровень владения понятийным аппаратом и знанием основ теории и закономерности учебной дисциплины. При ответе допускает незначительные ошибки, неточности по критериям, которые не искажают сути ответа. В целом содержательно отвечает на дополнительные вопросы. При этом примеры, иллюстрирующие теоретическую часть ответа, приводит не вполне развернуто и обоснованно.

Решение профессионально-ориентированной задачи (кейса) с незначительными ошибками и неточностями.

### **УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (3 балла)**

Обучающийся имеет поверхностные представления о теоретических основах спонсоринга и фандрайзинга для подготовки и принятия компетентных решений по развитию стратегий по привлечению средств; упускает важные составляющие при анализе направлений и трендов спонсоринга и фандрайзинга; поверхностно проводит анализ технологий разработки и обоснования системных решений по привлечению средств в организацию; затрудняется составлять характеристики социальных процессов, протекающих в организации при использовании технологий спонсоринга и фандрайзинга.

Продемонстрированные базовые знания частичные, отрывочные, бессистемные, теоретические и практические аспекты проблемы не связаны. В основном не может ответить на дополнительные вопросы и привести адекватные примеры

Решение профессионально-ориентированной задачи (кейса) содержит существенные ошибки и неточности.

### **НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (2 балла)**

Обучающийся показывает крайне низкий уровень владения теоретическими знаниями и понятийным аппаратом, демонстрирует недостаточное раскрытие профессиональных понятий, категорий, концепций, не имеет представлений о теоретических основах спонсоринга и фандрайзинга для подготовки и принятия компетентных решений по развитию стратегий по привлечению средств; затрудняется при анализе направлений и трендов спонсоринга и фандрайзинга; анализ технологий разработки и обоснования системных решений по привлечению средств в организацию не проводит или проводит с грубыми ошибками; затрудняется в составлении основных характеристик социальных процессов, протекающих в организации при использовании технологий спонсоринга и фандрайзинга.



. Ответ содержит ряд серьезных неточностей, выводы поверхностны или неверны. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на дополнительные вопросы или затрудняется с ответом.

Профессионально-ориентированная задача (кейс) не решена или содержит грубые ошибки.

#### 4.2. Формирование компетенций в процессе освоения дисциплины

Номер темы	Название темы	Код изучаемой компетенции
Тема 1.	Введение в спонсоринг и фандрайзинг	ПК-3 ПК-5
Тема 2.	Спонсоринг и фандрайзинг как виды профессиональной деятельности	ПК-3 ПК-5
Тема 3.	Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы.	ПК-3 ПК-5
Тема 4.	Современная практика спонсоринга и фандрайзинга.	ПК-3 ПК-5
Тема 5.	Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.	ПК-3 ПК-5

#### 4.3. Описание форм аттестации текущего контроля успеваемости (рубежного контроля) и итогового контроля знаний по дисциплине (промежуточной аттестации по дисциплине)

Рубежный контроль осуществляется в виде тестирования, по результатам пройденного материала. Время тестирования – 5 минут. Для прохождения рубежного контроля необходимо правильно ответить на 7 вопросов из 8.

Примерный вариант теста.

##### ВАРИАНТ 1

1. Спонсоринг – это \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Фандрайзинг – это \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. Перечислите преимущества привлечения дополнительных средств в социальную организацию \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

---

---

4. Выделите риски привлечения дополнительных средств в социальную организацию

---

---

---

---

5. Благотворительность – это \_\_\_\_\_

---

---

6. Перечислите основную классификацию спонсоров

---

---

---

---

7. Роль спонсоринга в развитии социальной организаций

---

---

---

---

8. Приведите пример технологии фандрайзинга в деятельности социальной организации

---

---

---

---

**4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины**

**Примерные вопросы к экзамену**

1. Какие существуют типы финансирования социальной сферы в мировой практике.
2. Направления развития технологий спонсоринга в социальной сфере.
3. Направления развития технологий фандрайзинга в социальной сфере.
4. Предмет спонсоринга и фандрайзинга.
5. Характеристика основных сходств и различий спонсоринга и фандрайзинга.
6. Цели спонсорства и его основные направления.
7. Истоки и причины возникновения спонсоринга как вида профессиональной деятельности.

8. Истоки и причины возникновения фандрайзинга как видов профессиональной деятельности.
9. Роль и место спонсоринга и фандрайзинга в социальной сфере.
10. Субъекты и виды спонсоринга и фандрайзинга
11. Взаимодействие спонсоринга и фандрайзинга.
12. Система благотворительных фондов.
13. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные.
14. Фонды прямого действия и региональные фонды.
15. Основная классификация спонсоров.
16. Привлечение спонсоров. Теоретические подходы и практические способы их реализации.
17. Методологические основы и этапы проведения переговоров с потенциальными спонсорами.
18. Спонсорский пакет.
19. Системы отчетности в фандрайзинге.
20. Практика и состояние рынка спонсоринга и фандрайзинга в России и США.
21. Сравнительные характеристики и тенденции развития рынков спонсоринга в России и западных странах.
22. Понятие Эндаумент фонда
23. Инновационная форма спонсорства, применение Интернет технологий.
24. Практика работы подразделений по фандрайзингу в PR-структурах.
25. Критерии поддержки социально-культурного проекта бизнес сектором и мотивы сотрудничества.
26. Этические аспекты фандрайзинговой деятельности.
27. Кодекс фандрайзера.
28. Профессионально-этические стандарты фандрайзинговой деятельности.
29. Сравнительные характеристики и тенденции развития рынков фандрайзинга в России и западных странах.
30. Системы отчетности в спонсоринге .

**Пример типового задания в форме теста для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

**Тест 1.** Фандрайзинг определяется как:

**А. одна из технологий сбора пожертвований— привлечение сторонних ресурсов для реализации социально значимых задач, культурных проектов или поддержания существования организации.**

Б. одна из технологий маркетинговых исследований, которая задействует в качестве распространителей коммерческой информации об услуге или товаре представителей целевой аудитории

В. одна из технологий социальной работы, которая задействует в качестве распространителей коммерческой информации об услуге или товаре представителей целевой аудитории

**Тест 2.** Спонсоринг реклама это:

**А. собой подбор или организацию события (или иного объекта спонсирования), ведение и контроль события, проведение и/или контроль рекламной кампании, гарантированное осуществление проекта и учета интересов заинтересованной стороны.**

Б. одна из технологий сбора пожертвований— привлечение сторонних ресурсов для реализации социально значимых задач, культурных проектов или поддержания существования организации.

В. одна из технологий социальной работы, которая задействует в качестве распространителей коммерческой информации об услуге или товаре представителей целевой аудитории

### **Пример типового практико-ориентированного задания**

**Типовое задание 1.** Разработать модель взаимоотношений структурных подразделений, с со специалистом в области фандрайзинга.

Задание:

1) Выбрать подразделения социальной организации, которым необходимо взаимодействовать со специалистом в области фандрайзинга,

2) Подготовить предложения по оптимизации данного взаимодействия.

**Типовое задание 2.** Разработать схему работы организации систему ее отчетности для результативного привлечения дополнительных средств в организацию.

## **РАЗДЕЛ 5. Глоссарий**

**Бенефициар** (приобретатель благотворительной помощи) - физическое лицо, неприбыльная организация или территориальная община, которая получает помощь от благотворительных организаций и других благотворителей для удовлетворения целей, на достижение которых направлен проект.

**Благотворительная деятельность** - добровольная личная и/или имущественная помощь, что не предусматривает уплаты какого-либо вознаграждения или компенсации благодетелю от имени или по поручению бенефициара.

**Благотворительный грант** - помощь в форме денежных средств или иных валютных ценностей, которая должна быть использована бенефициаром в течение срока, определенного благодетелем.

**Благодетель** - дееспособное физическое лицо или юридическое лицо частного права, которое добровольно осуществляет один или несколько видов благотворительной деятельности;

**Благотворительный фандрайзинг** - деятельность по обеспечению как финансовых, так и других материальных средств, необходимых для реализации некоммерческих проектов через получение разовой поддержки от специальных благотворительных фондов, бизнес-структур, отдельных физических лиц.

**Благотворительность** - добровольное бескорыстное пожертвование физических и юридических лиц в представлении приобретателям материальной, финансовой, организационной и другой благотворительной помощи; специфическими формами благотворительности являются меценатство, спонсорство и волонтерская деятельность.

**Благотворительное пожертвование** признается безвозмездная передача бенефициарам в собственность вещей, денег, иного имущества, имущественных прав благодетелем для достижения целей благотворительной деятельности, определенных сделкой благодетеля.

**Волонтер** - лицо, которое по собственному желанию, вполне безвозмездно добровольно участвует в благотворительной деятельности.

**Волонтерская деятельность** - добровольная, бескорыстная, социально направленная, неприбыльная деятельность, осуществляемая волонтерами и волонтерскими организациями путем предоставления волонтерской помощи.

**Грант** - это ресурсы (средства, услуги, техническое обеспечение), которые предоставляются соискателю на безвозвратной основе. В понятие грант входит также целевая субсидия, предоставляемая на конкурсной основе для реализации заявленного проекта в той или иной сфере деятельности.

**Гранты в натуральной форме** - благотворительная помощь, которая предоставляется неприбыльным организациям в виде материальных ценностей, а не денежных средств.

**Гранты с частичным финансированием** - благотворительная помощь, которая предусматривает обязательное привлечение дополнительных источников финансирования (другие донорские организации или собственные средства неприбыльной организации).

**Гранты общей поддержки** - благотворительная помощь, которая предоставляется некоммерческим организациям на поддержку их основной деятельности, обеспечение стабильности и развития.

**Гранты на программы или проекты** - благотворительная помощь, которая предоставляется для реализации конкретного проекта или программы.

**Грантовый фандрайзинг** - это система мероприятий по поиску финансовых средств, необходимых для реализации некоммерческих проектов через получение целевого финансирования в рамках установленных конкурсных программ.

**Грантодатель** - частное лицо или организация, рассматривает заявку на грант и предоставляет их.

**Общественная организация** является видом общественной самоорганизации (граждан и/или юридических лиц), создаваемого с целью реализации общественных интересов в установленной уставом сфере, отрасли или секторе деятельности, а также удовлетворение и защита законных общих интересов своих членов. Общественные организации являются неприбыльными.

**Государственные доноры** - государственные учреждения, получающие средства из бюджета своего государства. Например, Агентство по международному развитию США (USAID), Информационное Агентство США (USIA), Национальный институт здоровья США и другие. Это наиболее бюрократические и требовательны доноры.

**Доноры** (объекты фандрайзинга) - это международные организации, государственные учреждения, коммерческие структуры, общественные некоммерческие организации (религиозные, научные и т.д.), частные благотворительные фонды или частные лица, предоставляющие гражданам и неприбыльным организациям на некоммерческой безвозвратной основе необходимы дополнительные ресурсы разного вида, на цели, которые направлены в целом на благо всего общества.

**Задачи проекта** - это средства улучшения описанной в постановке проблемы ситуации. Задачи должны быть максимально конкретизированы, реалистичными и достижимыми.

**Заявка** (син. аппликация, Bewerbung - нем.) - письменное обращение к грантодавчої организации, фонду с просьбой о выделении гранта (коммерческая фирма составляет аналог - бизнес-план).

**Заявитель** (applicants - англ.) (претендент, заявитель, искатель) - это лицо, инициированная группа или организация, которые ищут определенные ресурсы для осуществления деятельности, реализации проекта путем обращения (подачи предложений на финансирование) к донорской организации.

**Обращение, ходатайство, прошение** - это самый ответственный этап фандрайзинговой деятельности и является непосредственной просьбой помощи в донора.

**Эндаумент (endowment)** - сумма средств или стоимость иного имущества, предназначенных для инвестирования или капитализации на определенный срок, и пассивные доходы от такого инвестирования или капитализации, предназначенные для использования в благотворительной деятельности в порядке, определенном благотворителями или уполномоченными ими лицами.

**Капитальные гранты** - благотворительная помощь, которая предоставляется на капитальные расходы неприбыльной организации (приобретение недвижимости, ремонт, приобретение необходимого оборудования).

**Контрибутор** - лицо, осуществляющее контрибуцию (см.: "донор").

**Контрибуция** - благотворительный взнос или пожертвование, которая не носит целевого характера, предоставленная юридическим или физическим лицом-контрибутором в денежной или натуральной формах.

**Корпоративные гранты** - благотворительная помощь, которая предоставляется неприбыльным организациям предпринимательскими структурами; или гранты, предусматривающие софинансирование проекта со стороны бизнеса.

**Краудсорсинг** - делегирование конкретных функций неопределенному кругу лиц. Решение общественно значимых проблем осуществляется посредством участия большого количества добровольцев, которые чаще координируют свои действия средствами информационных технологий.

**Краудфандинг** - это коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций.

**Культивация** - планирование экстенсивной программы привлечения и мотивирования потенциальных доноров к организации с целью получения от них помощи.

**Письмо-запрос** - это мини-заявка, как правило, на 2-3 страницах, где изложены сведения о необходимой сумме средств; организацию, включая историю, текущие и выполненные проекты, структуру; краткое описание проекта, который должен быть профинансирован; бюджет организации и бюджет проекта; копия регистрационного документа организации-заявителя.

**Менеджмент ориентированный на результат (Result Oriented Management)** - это стиль управления, нацеленный на достижение максимальных результатов, на основании четких конкретных договоренностей, которые подлежат измерению, сделанных заранее.

**Цель проекта** - это: детально отработан, согласован, лаконичное формулирование видения будущего; краткое определение того, какой положительный результат будет получен от реализации проекта.

**Меценатской деятельностью** признается добровольное предоставление благотворителями средств, иного имущества и имущественных прав, совместно или индивидуально, для защиты, сохранения, приобретения, восстановления, исследования или совершенствования произведений или других предметов, представляющих историческую, культурную или иную общественную ценность, определенную законодательством Украины, при условии обеспечения публичного доступа к таким произведениям или другим предметам.

**Мониторинг** - это постоянный контроль за выполнением проекта и инструмент оценивания эффективности реализации проекта.

**"Получающие" доноры** - общественные организации, получающие средства от государственных доноров и осуществляют их распределение между организациями-заявниками. Например, IREX - Международный Совет научных исследований и обменов, Фонд "Евразия" и другие. Сюда же можно отнести и международные организации, подобные Всемирному банку.

**Некоммерческая (неприбыльная) организация** - организация, не имеющая основной целью своей деятельности получение прибыли и не распределяет полученную прибыль между участниками.

**Некоммерческий (неприбыльный) проект** - комплекс запланированных мероприятий, объединенных общими задачами, которые имеют цель достижения социально значимого эффекта, а не получение прибыли.

**Ожидаемые результаты проекта** - это описание ожидаемых изменений в обществе (целевой группе), в окружающей среде или конкретной ситуации, которые произойдут в результате реализации проекта.

**Перспективные гранты** - благотворительная помощь, которая предоставляется неприбыльной организации в размере, равном уставному фонду организации, но выплачивается по частям (доля выплаты равен сумме доходов, которые получила бы организация за год, если бы уставный вклад был сделан однократно).

**Полная заявка** - это основной документ, в котором полноценно и разносторонне раскрывается суть, актуальность проекта, описание заявителя, цель и задачи проекта, методы их



достижения, ответственное лицо, ожидаемые результаты, бюджет проекта, обоснование его реализации.

**Посреднические гранты** - благотворительная помощь, которая предоставляется спонсором для проведения социально-ориентированной политики от его имени.

**Начальные гранты** - благотворительная помощь, которая предоставляется некоммерческим организациям на начальном этапе их развития с целью обеспечения их стабильности и развития; либо гранты на создание новых организаций (новых направлений в рамках действующей организации).

**Частные доноры** - это частные лица, частные фонды и коммерческие организации, которые предоставляют средства в виде пожертвований. Как правило, требования к оформлению заявки и отчетности в частных доноров менее жесткие.

**PR (public relations)** - связи с общественностью - это умение сотрудников общественной организации строить нужные отношения с нужными людьми и группами лиц.

**Программа** - объявления фондами (донорами) конкурса по финансовой поддержке социально значимых или общественных проектов на основании заявки.

**Проект** - относительно независимая, четко определенная часть общей программы, которая включает совокупность процессов, выполнение которых способствует решению задач по достижению цели проекта при приобщенной ограниченном количестве ресурсов.

**Предложение** - подробное письменное обращение к донору, которое содержит полную информацию об идее проекта с просьбой о ресурсную поддержку (финансовую, техническую, материальную и т.п.).

**Ресурсы** - это средство для воплощения цели, весь объем средств (финансовых, человеческих, информационных, законодательных, технических, технологических, материальных и т.д.) необходим организации для выполнения своих полномочий и является источником покрытия расходов и созданием благоприятных условий, необходимых для осуществления деятельности.

**Спонсор** - юридическое или физическое лицо, оказывающее на добровольной бесприбыльной основе материальную поддержку благотворительной деятельности с целью популяризации исключительно своего имени, торговой марки и т.д.

**Спонсорство** - добровольная материальная, финансовая, организационная и другая поддержка физическими и юридическими лицами приобретателей благотворительной помощи с целью популяризации исключительно своего имени (наименования), своего знака для товаров и услуг.

**Стимулирующие гранты** - благотворительная помощь, которая составляет определенный процент от необходимой неприбыльной организации суммы с целью ее

стимулирования к дальнейшему обращению к донорам; или средства, предоставляемые для проведения кампаний по сбору средств для неприбыльной организации.

**Фандрайзинг** - это профессиональная деятельность по мобилизации финансовых и иных ресурсов из различных источников для реализации социально значимых и научно-исследовательских неприбыльных проектов, которая требует специальных знаний и навыков фандрайзера, что могут повлиять на принятие положительного решения донора.

**Филантроп** - лицо, которое занимается благотворительностью.

**Филантропия** - благотворительность, добровольная бескорыстная помощь и покровительство нуждающимся.

**Фонд** - это негосударственная некоммерческая организация, которая обладает первоначальным капиталом (или вкладу), ею управляют опекуны и директора, она оказывает поддержку или помощь в благотворительной, образовательной, культурной, религиозной и других видах деятельности, что приносит пользу общественности, и финансирует в первую очередь другие некоммерческие организации.

**Формы благотворительности** - меценатство и спонсорство.

**Целевые гранты** - благотворительная помощь, которая предоставляется неприбыльной организации целевым образом для осуществления конкретной деятельности.

## Приложение 1 к рабочей программе дисциплины

**РАЗДЕЛ 6. Информационное обеспечение дисциплины****6.1. Перечень рекомендуемой литературы, необходимой для освоения дисциплины**

№	Наименование издания	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5
<b>Основная литература</b>						
1	Молчанова, О. П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций : учебник для вузов / О. П. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00757-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/469621">https://urait.ru/bcode/469621</a>	+	+	+	+	+
2	Финансы некоммерческих организаций : учебник и практикум для вузов / И. В. Ишина [и др.] ; под редакцией И. В. Ишиной. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 330 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-13656-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/478019">https://urait.ru/bcode/478019</a> (дата обращения: 05.03.2022).	+	+	+	+	+
<b>Дополнительная литература</b>						
1	Богданов, В. П. История благотворительности в России. Москва и московская пресса конца XIX века : учебное пособие для вузов / В. П. Богданов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 353 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10031-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/474991">https://urait.ru/bcode/474991</a>	+	+	+	+	+
2	Платонова Ю.Ю. Основы маркетинга социальных услуг : учебное пособие / Ю. Ю. Платонова. - СПб. : Речь, 2011. - 282 с. - (Современный учебник). - ISBN 978-5-9268-1131-2. — URL: <a href="http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&amp;view=irbis&amp;Itemid=108&amp;task=set_static_req&amp;req_irb=%3C.%3EI=65/П37-421044321%3C.%3E&amp;bns_string=ELBD">http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&amp;view=irbis&amp;Itemid=108&amp;task=set_static_req&amp;req_irb=%3C.%3EI=65/П37-421044321%3C.%3E&amp;bns_string=ELBD</a>	+	+	+	+	+

**6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», используемых при освоении дисциплины**

1. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>

2. Информационно-издательский центр "Статистика России" [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.infostat.ru/>

3. Обозрение деятельности негосударственных (некоммерческих) организаций [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pchela.ru/>

**6.3. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для изучения дисциплины**

В рамках дисциплины используется следующее лицензионное программное обеспечение (MS OFFICE – Word, Excel, PowerPoint) и обучающие платформы (1-С: Электронное обучение. Корпоративный университет, MS Teams).

В учебном процессе используются следующие информационные базы данных и справочные системы:

Гарант-Образование: информационно-правовое обеспечение: [сайт]. – Москва. – Обновляется в течение суток. – URL: <http://study.garant.ru/> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Электронная библиотека СПбГИПСР // Библиотека СПбГИПСР: [сайт]. – Санкт-Петербург, [2014] – URL: [http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com\\_irbis&view=irbis&Itemid=456](http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=456) (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Электронный каталог // Библиотека СПбГИПСР: [сайт]. – Санкт-Петербург, [2014] – URL: [http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com\\_irbis&view=irbis&Itemid=435](http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=435) (дата обращения: 28.04.2021).

ЮРАЙТ: образовательная платформа: [сайт]. – Москва, 2013 – URL: <https://urait.ru/> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

East View: information services: [сайт]. – [Москва], [1989] – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

ibooks.ru: электронно-библиотечная система: [сайт]. – Санкт-Петербург, 2010 – URL: <https://ibooks.ru> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

### **Зарубежные ресурсы:**

scienceDirect: [сайт] / Elsevier. – [Амстердам], [1997] – URL: <https://www.sciencedirect.com/> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

SpringerLink: [сайт] / Springer Nature. – [Гейдельберг], [2015] – URL: <https://link.springer.com/> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Заведующая библиотекой

Г.Л. Горохова

(подпись, расшифровка)