

Министерство культуры Камчатского края  
Краевое государственное бюджетное учреждение  
дополнительного профессионального образования работников культуры  
«Камчатский учебно-методический центр»  
*Отдел по повышению квалификации и  
информационно-аналитической работе*

**УТВЕРЖДАЮ:**

**Директор**

**Е.В. Галянт**



**« 28 » февраля 2022 г.**

**Дополнительная профессиональная образовательная  
программа повышения квалификации  
по направлению  
«Повышение квалификации специалистов учреждений  
сферы культуры и искусства по направлению их деятельности»  
по теме:  
«Фандрейзинг в культуре:  
стратегии привлечения ресурсов»**



*Петропавловск – Камчатский  
2022*



# Содержание

## **1. Пояснительная записка.**

## **2. Общие положения.**

2.1 Цель программы

2.2 Планируемые результаты освоения программы.

2.3 Трудоемкость и срок освоения программы.

2.4 Нормативные документы для разработки программы.

2.5 Категория слушателей и требования к уровню их подготовки.

2.6 Форма обучения.

2.7 Промежуточная и итоговая аттестация.

## **3. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации программы.**

3.1 Учебный план программы.

3.2 Примерный календарный учебный график.

3.3 Рабочая программа учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей).

## **4. Учебно-методическое обеспечение.**

4.1 Рекомендуемая литература.

4.2 Информационные средства обеспечения дисциплины.  
Рекомендуемые средства.

4.3 Материально-техническое обеспечение курса.

## **5. Фонд оценочных средств.**

## **6. Форма контроля.**

## **7. Входные требования к слушателям.**

## **8. Выходные требования к слушателям.**

## **1. Пояснительная записка.**

Термин «Фандрейзинг» появился в Америке. Буквальный перевод – «найти финансирование». Русский язык не обладает собственным эквивалентом этому понятию. По этой причине в повседневной жизни присутствует употребление транслитерации «фандрейзинг».

На территории России чаще всего это слово используют для обозначения социальной акции или сбора средств для некоммерческих и благотворительных проектов. Хотя в действительности этот термин имеет более широкое и серьезное значение. Это комплекс стратегических мер по привлечению необходимых ресурсов, которые учреждение не может генерировать своими силами. Применяя актуальные маркетинговые средства, методы и технологии, оно способно достичь желаемых целей.

Ресурсами выступают не только деньги. Материальными средствами становятся товары и услуги, предоставление помещений или внедрение технологий. Немаловажное значение имеют человеческие и нематериальные ресурсы. К ним относятся налаживание социальных связей, поддержка СМИ, знакомство с нужными людьми.

## **2. Общие положения**

### **2.1 Цель программы.**

Целью данной программы является развитие компетенции, необходимой для профессиональной деятельности специалистов учреждений сферы культуры в области сбора пожертвований для обеспечения социально значимых мероприятий.

### **2.2 Планируемые результаты освоения программы.**

Повышение квалификации специалистов учреждений культуры направлено на совершенствование и актуализацию необходимых в их деятельности компетенций.

Процесс изучения курса направлен на формирование следующих компетенций: способность специалиста решать определенный класс профессиональных задач.

По завершении изучения курса слушатель должен:

**Знать:**

- сущность понятия и значение фандрейзинга;
- сущность, назначение маркетинга в сфере культуры;
- технологию социально-культурного проектирования;
- формы и методы фандрейзинга.

**Уметь:**

- составлять спонсорский пакет;
- анализировать эффективность фандрейзинга.

### **2.3 Трудоемкость и срок освоения программы.**

Трудоемкость программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом составляет 36 академических часов.

Виды учебных занятий: лекции и практическая работа. Режим проведения занятий – слушатель самостоятельно выбирает время для усвоения учебного материала.

Данная программа рассчитана на специалистов библиотек, имеющих навыки работы на компьютере или прошедших базовую компьютерную подготовку.

### **2.4 Нормативные документы для разработки программы.**

- Закон РФ «Об образовании» № 273-ФЗ от 29.12.2012 г.

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».
- Федеральный закон «О библиотечном деле» от 29.12.1994 N 78-ФЗ (ред. от 03.07.2016).

## **2.5 Категория слушателей и требования к уровню их подготовки.**

Программа предназначена для специалистов учреждений культуры, имеющих специальное среднее/высшее образование.

## **2.6 Форма обучения.**

Обучение заочное с применением ДОТ.

## **2.7 Промежуточная и итоговая аттестация.**

Формой итоговой аттестацией является выполнение практического задания.

По окончании курса будет выдано удостоверение государственного образца о повышении квалификации (Положение о порядке оформления, выдачи и хранения документов о дополнительном профессиональном образовании ОГУ от 03.12.2013 г. № 46-д).

## **3. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации программы.**

### **3.1 Учебный план программы дистанционного семинара**

№ п/п	Наименование модулей, разделов, тем	Объем работы слушателя, ч.			Формы контроля	
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			ЛК	ПЗ/ЛЗ		
1	2	3	4	5	6	7
1.	Фандрейзинг: сущность понятия и значение для развития сферы культуры.	2	1	–	1	–
2.	Маркетинг в сфере культуры, сущность, назначение, объекты продвижения.	4	2	–	2	–
3.	Источники финансирования сферы культуры в современных условиях.	2	–	–	2	–
4.	Спонсорство как средство материальной поддержки и способ развития социального партнерства в сфере культуры. Благотворительность.	4	2	–	2	–
5.	Проектный менеджмент в учреждениях культуры.	2	2	–		–
6.	Анализ опыта проектной деятельности учреждений культуры.	2	–	–	2	–
7.	Технология социально-культурного проектирования в сфере культуры как средство фандрейзинга.	2	2	–	–	–
8.	Формы и методы фандрейзинга.	2	2	–	–	–

9.	Необходимые организационные решения: материально-техническое обеспечение фандрейзинга.	4	2	–	2	–
10.	Специальные технологии фандрейзинга.	4	2	–	2	–
11.	Спонсорский пакет. Анализ эффективности фандрейзинга.	2		–	2	–
12.	Труд добровольцев и волонтерство как направление развития фандрейзинга в сфере культуры.	4	2	–	2	–
13.	Социальное партнерство – главный ресурс развития фандрейзинга в сфере культуры.	2	–	–	2	–
14.	<b>Всего:</b>	<b>36</b>	<b>17</b>	<b>–</b>	<b>19</b>	<b>–</b>

### 3.2 Примерный календарный учебный график.

Дистанционный семинар подразумевает работу слушателей в удобное для них время в течение срока обучения: 01 марта – 18 марта 2022 года.

### 3.3 Рабочая программа учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей).

**Лекция 1. Фандрейзинг: сущность понятия и значение для развития сферы культуры. Взаимосвязь сферы культуры с социально-экономическим развитием современного общества.**

Фандрейзинг: сущность понятия, природа, социальное значение. Необходимость изучения технологии фандрейзинга: введение в предметную область. Социально-культурная сфера:



виды деятельности и вклад в социально-экономическое развитие. Сфера культуры как способ бытия и сфера деятельности. Сфера культуры как область профессиональной деятельности. Вклад сферы культуры и искусства в развитие современного общества. Роль сферы культуры и искусства в развитии современного общества. Источники развития сферы культуры. Развитие социального партнерства условие успешного фандрейзинга. Некоммерческие организации и некоммерческая деятельность.

**Лекция 2. Маркетинг в сфере культуры, сущность, назначение, объекты продвижения. Маркетинг организаций как приоритетное направление маркетинговой деятельности учреждения культуры и цели фандрейзинга.**

Сущность маркетинга в сфере культуры. Основные объекты и виды маркетинга в сфере культуры. Принципы и функции маркетинга как концепции управления учреждением культуры. Маркетинг организаций как приоритетное направление маркетинговой деятельности учреждения культуры и цели фандрейзинга. Задачи маркетинга организаций в сфере культуры. Взаимосвязь задач маркетинга организаций в сфере культуры. Имидж: сущность понятия. Средства формирования благоприятного имиджа. Актуальность социального партнерства в сфере культуры. Социальное партнерство – социокультурный феномен. Теоретические основы социального партнерства. Фандрейзинговая деятельности учреждения культуры как направление социального партнерства. Методы фандрейзинга.

**Лекция 3. Источники финансирования сферы культуры в современных условиях.**

Система государственного и негосударственного финансирования социально-культурной деятельности. Источники развития учреждений культуры. Негосударственные (внебюджетные) источникам финансирования развития учреждений культуры. Собственная коммерческая деятельность учреждений культуры как источник развития. Привлеченные источники финансирования развития учреждений культуры.

Государственное регулирование деятельности в социально-культурной сфере. Роль государства в управлении социально-культурной сфере. Возможные роли государства по отношению к социально-культурной сфере. Роль государства в управлении СКС.

Многоканальность финансирования социально-культурной деятельности. Актуальность вопросов финансирования для сферы культуры. Источники финансирования социокультурных проектов. Развитие различных форм использования внебюджетных каналов финансирования учреждений культуры. Грантовая поддержка как приоритетный канал финансирования учреждений культуры.

Лидеры рынка грантовых предложений и условия получения финансирования. Развитие различных форм использования внебюджетных каналов финансирования учреждений культуры. Лидеры грантовых предложений на рынке социально-культурных проектов.

**Лекция 4. Спонсорство как средство материальной поддержки и способ развития социального партнерства в сфере культуры. Благотворительность в сфере культуры.**

Спонсорство как источник финансирования сферы культуры. Спорт как объект спонсорства. Культура и искусство как

объект спонсорства. Патронаж как форма спонсорства. Членство как вид патронажа. Попечительство как вид патронажа. Спонсоры как субъекты фандрейзинга. Привлекательность сферы культуры для спонсорства.

Благотворительность в сфере культуры. Понимание сущности благотворительности. Понимание сущности и мотивация Благотворительности. Основные аспекты понимания благотворительности: КТО, КОМУ, ЧТО, КАК и ПОЧЕМУ оказывает благотворительную поддержку. Основные особенностей благотворительности.

**Лекция 5. Проектный менеджмент в учреждениях культуры. Особенности, социально-культурного проектирования в учреждениях культуры: цели, приоритеты, способ обеспечения дополнительной финансовой (грантовой) поддержки.**

Проектирование стратегии инновационного развития: общая методика. Реализация социально-значимых задач – основа инновационного развития учреждений культуры. Сущность проектной деятельности учреждений культуры. Инновационная ситуация. Проект – ответ на инновационную ситуацию. Инновационная политика учреждения культуры. Инновационная политика – это цели изменений. Основные правила постановки целей. Конкретизация цели изменений. Инициаторы идей изменений. Порядок предложения новых идей изменений. Документирование идей изменений.

Роль проектного фандрейзинга в достижении целей развития учреждения культуры. Успешность проектного фандрейзинга. Плановые документы проектного фандрейзинга. Проект в системе фандрейзинга. Функции социальных проектов

и требования к ним. Структура социальных проектов. Факторы привлекательности проектов. Значимость проектного фандрейзинга.

***Практическое задание.** Анализ опыта проектной деятельности учреждений культуры. Экспертиза конкурсных проектов.*

## **Лекция 6. Технология социально-культурного проектирования в сфере культуры как средство фандрейзинга.**

Технология разработки проектов и программ в сфере культуры: общие методические правила. Организационно технологический порядок планирования проектной деятельности. Жизненный цикл проекта. Этапы проектного цикла. Организационно-подготовительный этап. Этап разработки программы или проекта. Виды показателей. Определение количественных значений планируемых показателей. Этап разработки программы или проекта. Разработка бюджета программы или проекта. Оформление текста документа. Оформление приложений. Этап согласования и утверждения. Этап пропаганды и организации контроля выполнения.

Сущность и назначение процесса документирования проекта – составления проектной документации. Значение процесса документирования проектной деятельности. Ошибки документирования проектов. Социально-культурный проект как документ. Требования к тексту проекта. Структура инновационного проекта.

Общие правила оформления текста проекта: титульного листа, описания проблемной ситуации, целей и задач проекта. Оформление текста проекта. Оформление титульного листа проекта. Паспорт проекта. Оформление титульного листа проекта.

Описание проекта. Описания проблемной ситуации. Описание целей проекта. Описание задач проекта.

Общие правила оформления текста проекта: обоснование реализации и ожидаемых результатов проекта. Содержание, обоснование реализации и ожидаемые результаты проекта. Описание целевой категории проекта. Описание команды реализации проекта. Раздел «Методы, деятельность этапы реализации проекта». Раздел «Ожидаемые результаты». Основная часть проекта.

Общие правила оформления бюджета проекта. Описание затрат, планирование бюджета проекта. Правила планирования бюджета проекта. Статьи расходов проекта. Описание затрат, планирование бюджета проекта. Специфика планирования бюджета проекта. Описание затрат, планирование бюджета проекта.

Подготовка текста проекта к экспертизе. Оформление текста проекта. Комплекс приложений проекта. Завершение комплекса работ. Экспертиза конкурсного проекта. Требования к оценке проекта.

### **Лекция 7. Формы и методы фандрейзинга. Организационное обеспечение фандрейзинга. Привлекательность проекта для спонсоров.**

Главное условие успеха учреждения – стать привлекательным для спонсоров. Сущность технологии «public relations» (PR). Понятие «имидж». Стиль поведения с донором. Опора на известных и авторитетных людей.

### **Лекция 8. Необходимые организационные решения: материально-техническое обеспечение фандрейзинга.**

Планирование фандрейзинговой деятельности и определение круга доноров. Необходимые документы и материалы. Виды и размеры субсидий. Алгоритм проведения фандрейзинговой компании.

### **Лекция 9. Специальные технологии фандрейзинга.**

Специальные мероприятия: Приемы и презентации; Конкурсы и премии; Аукционы; «Натуральное» спонсорство; Лотереи, вечера, обеды и балы; Именные места, увековечение памяти; Обходы домов и уличные сборы; Продажа мест для рекламы; Торговля, коммерция, платные услуги. Фандрейзинг по почте, телефону. Современные информационные технологии как условие развития фандрейзинга. Информационные спонсоры.

### **Лекция 10. Спонсорский пакет. Анализ эффективности фандрейзинга.**

Спонсорский пакет: общая методика. Пример услуг для генерального спонсора. Спонсорство в Интернете.

Анализ эффективности фандрейзинга. Необходимость оценки.

### **Лекция 11. Труд добровольцев и волонтерство как направление развития фандрейзинга в сфере культуры.**

Труд добровольцев с позиций фандрейзинга. Сущность волонтерства. Труд добровольцев. Необходимость стимулирования труда добровольцев. Методы нематериального стимулирования волонтеров. Труд добровольцев. Культурное волонтерство. Приоритетные направления общественного движения. Практика развития волонтерского движения в сфере культуры.

Деятельность Министерства культуры РФ и Центра культурных стратегий и проектного управления (Роскультпроект) по развитию добровольческих движений в регионах России.

### **Лекция 13. Социальное партнерство – главный ресурс развития фандрейзинга в сфере культуры. Проблемы развития спонсорства и благотворительности в сфере культуры.**

Социальное партнерство – как способ решения ресурсных проблем учреждений культуры. Актуальность и значение социального партнёрства. Сущность социального партнерства. Актуальность социального партнёрства в сфере культуры. Социальное партнерство - социокультурный феномен. Теоретические основы социального партнерства. Социальное партнерство как коммуникативный процесс. Перспективы развития социального партнерства. Оценка возможностей развития социального партнерства (вопросы к практическому заданию).

Проблемы развития спонсорства и благотворительности в сфере культуры.

## **4. Учебно-методическое обеспечение**

### **4.1 Рекомендуемая литература.**

1. Дымникова, А. И. Фандрайзинг как особый вид предпринимательской деятельности в культуре / А. И. Дымникова // Экология культуры: Инф. бюллетень. – Архангельск, 2002. – № 3 (28). – С. 158-184.
2. Жуков, Г. В. Благотворительность как инструмент фандрайзинга в социокультурном пространстве современного общества : дис. канд. культ. н. / Г. В. Жуков. – Краснодар, 2002.

3. Михеева, Н.А. Менеджмент в социально-культурной сфере : учеб. пособ. / Н.А. Михеева, Л.Н. Галенская. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000 г. – С.155-164.
4. Тульчинский, Г.Л. Фандрейзинг в социально-культурной сфере / Г. Л. Тульчинский. – СПб, 1999.
5. Тульчинский, Г. Л. Фандрейзинг: привлечение средств на некоммерческую деятельность / Г. Л. Тульчинский. – СПб, 2002.
6. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: теория и практика / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: Дело, 2003.
7. Шекова, Е.Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций: учеб. пособ. Под ред. Е. Л. Шековой. – СПб, 2003.

#### **4.2 Информационные средства обеспечения дисциплины.**

1. Алексеева, О. "Тактика поиска средств у частных лиц" [Электронный ресурс] / О. Алексеева . - М, 2001. - Режим доступа : <http://www.focus-media.ru/new-fr.htm>.
2. Алексеева, О. "Привлечение пожертвований российских компаний"[Электронный ресурс] / О. Алексеева, М, 2001. - Режим доступа : <http://www.focus-media.ru/new-fr.htm>.
3. Бодунген, А. "Привлечение ресурсов. Фандрайзинг" [Электронный ресурс] / А. Бодунген. - Режим доступа: <http://www.wildfield.ru/club/c03c0003.htm>.
4. Паньков, В.В. "Особенности национального фандрайзинга" [Электронный ресурс] / В.В. Панькову - Режим доступа <http://www.az.ru>.
5. Рутковская, М. PR-технологии в привлечении инвестиций. Спонсоринг. Фандрайзинг. [Электронный ресурс] М.



Рутковская. - Режим доступа:  
[http://www.pressclub.host.ru/techn\\_s1.htm](http://www.pressclub.host.ru/techn_s1.htm).

6. Основы фандрайзинга : методич. пособ. [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://tesi.seu.ru/method\\_25.html](http://tesi.seu.ru/method_25.html).

### **4.3 Материально-техническое обеспечение курса.**

Для прохождения курса повышения квалификации (семинара) необходим выход в Internet и персональный компьютер (планшет).

## **5. Фонд оценочных средств.**

### **Итоговый зачёт.**

Выполнение всех практических заданий.

## **6. Форма контроля.**

Контроль успеваемости обучающихся – важнейшая форма контроля образовательной деятельности, включающая в себя целенаправленный систематический мониторинг освоения обучающимися примерной программы повышения квалификации в целях:

- получения необходимой информации о выполнении обучающимися дополнительной профессиональной программы повышения квалификации;
- оценки уровня знаний, умений и приобретенных (усовершенствованных) обучающимися компетенций;
- стимулирования самостоятельной работы обучающихся.

Итоговая аттестация (квалификационный экзамен) для обучающихся проводится в соответствии с требованиями, установленными Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», приказом Ми-

нобранауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

Освоение примерной дополнительной профессиональной программы повышения квалификации завершается итоговой аттестацией в форме выполнения практического задания.

### **7. Входные требования к слушателям.**

Слушатели данных курсов должны иметь высшее или средне-специальное образование.

Также слушатели должны уметь обращаться с компьютером на уровне не ниже среднего.

### **8. Выходные требования к слушателям.**

К итоговой аттестации допускаются лица, выполнившие требования, предусмотренные курсом обучения по программе повышения квалификации и успешно прошедшие все промежуточные аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Итоговая аттестация проводится в сроки, предусмотренные учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

Слушатель признается «успешно освоившим курс» при выполнении всех заданий. По окончании обучения он получает удостоверение государственного образца.

Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации оценку «неудовлетворительно», а также лицам, освоившим часть примерной программы повышения квалификации, удостоверение не выдается.

**РАЗРАБОТЧИК ПРОГРАММЫ:**

---

(должность)

---

(Ф.И.О, подпись)

**СОГЛАСОВАНО:**

---

(должность)

---

(Ф.И.О, подпись)