

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
Б1.В.14 ФАНДРАЙЗИНГ И СПОНСОРИНГ

Объем трудоемкости: для студентов направления подготовки 43.03.01 «Сервис», ОФО: 3 зачетные единицы (108 часа, из них: 55,2 контактные часы, 52,8 часа самостоятельной работы).

Целью освоения дисциплины «Фандрайзинг и спонсоринг» является формирование у студентов базовых понятий, теоретических и практических знаний и принципов современной системы фандрайзинга и спонсоринга в сфере конгрессно-выставочной деятельности, знакомство с основными правилами и законами использования технологий фандрайзинга и спонсоринга в деятельности организаций для реализации коммерческих и социальных проектов.

Задачи дисциплины:

- получение обучающимися знаний по истории благотворительности, структуре и средствах современной, социально ориентированной PR-деятельности;
- формирование у обучающихся знаний о предмете, целях, функциях фандрайзинга и спонсоринга;
- формирование у обучающихся знаний о специфике и особенностях фандрайзинга и спонсоринга в сфере конгрессно-выставочной деятельности;
- получение обучающимися знаний о современной российской и зарубежной практике фандрайзинга и спонсоринга, как профессионального вида деятельности;
- формирование у обучающихся знания о фандрайзинге и спонсоринге в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Инновации в туризме» относится к части формируемой участниками образовательных отношений в Блоке 1, дисциплины (модули) обязательной образовательной программы по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис».

Актуальность дисциплины «Фандрайзинг и спонсоринг» обоснована потребностью в новых формах и способах организации социального взаимодействия субъектов бизнеса. Проблема негосударственной социальной поддержки, финансового или иного содействия социально значимым проектам, организациям, отдельным гражданам со стороны негосударственных структур, предприятий, фондов, организаций является сегодня весьма значимой как с научной, так и с практической точки зрения. Участие коммерческой организации в социально значимых проектах вносит существенный вклад в ее имидж и формирование политики лояльности к бренду.

Изучение дисциплины базируется на освоении следующих курсов: «Кросс-культурные коммуникации», «Методы ведения деловых переговоров и публичных выступлений», «Маркетинг и интернет-маркетинг», «Реклама и связи с общественностью».

Требования к уровню освоения дисциплины.

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующей компетенции:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты прохождения практики
ПК-2 Способен управлять проектом конгрессно-выставочной деятельности на всех этапах	

<p>ИПК-2.5 Организует совместную работу с партнерами конгрессно-выставочного мероприятия, в том числе с заинтересованными органами государственного управления, отраслевыми ассоциациями и союзами, торгово-промышленными палатами, отраслевыми организациями</p>	<p><u>Знает:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - предмет, принципы и функции фандрайзинг и спонсоринга; - технологию продвижения интегрированных маркетинговых коммуникаций; - основу работу деятельности благотворительных организаций. <p><u>Умеет:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить контроль и оценку эффективности мероприятий, проводимых в рамках кампаний по привлечению инвестиций; - выявлять и анализировать основные стратегии и тактики привлечения инвестиций. <p><u>Владеет:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с мультимедийными материалами; - опытом выступления перед аудиторией; - навыком участия в дискуссии; - средствами и методами процесса спонсоринга и фандрайзинга.
<p>ИПК-2.6 Участвует в заключении договоров на выполнение работ с подрядчиками конгрессно-выставочного мероприятия и договоров на продажу выставочных площадей с агентскими организациями</p>	<p><u>Знает:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций. - правовые и этические основы рекламы и PR; механизмы взаимодействия фандрайзинга и спонсоринга; - основные составляющие технологий организации и проведения кампаний по привлечению инвестиций. <p><u>Умеет:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать бюджет проекта; - владеет навыком оформления спонсорского пакета и грантовой заявки. <p><u>Владеет:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методологией проведения переговоров с потенциальными спонсорами; - базовыми инструментами получения спонсорской помощи.
<p>ПК-3 Способен к управлению процессом подготовки к участию и участия в конгрессно-выставочном мероприятии организации-экспонента</p>	
<p>ИПК-3.2 Осуществляет организацию эффективной подготовки к участию в конгрессно-выставочных мероприятиях</p>	<p><u>Знает:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - стандарты проведения и регламентации фандрайзинговой деятельности; - особенности и правила формирования грантовой заявки. <p><u>Умеет:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить комплексный анализ деятельности по фандрайзингу и спонсорингу. <p><u>Владеет:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - современной практикой фандрайзинга и спонсоринга;

	- навыками составления отчетности по спонсорингу; инновационными формами спонсорства.
--	--

Общая трудоёмкость дисциплины (для студентов ОФО)

Вид учебной работы		Всего часов	Семестр (часы)
			7
Контактная работа, в том числе:		55,2	55,2
Аудиторные занятия (всего)		40	40
Занятия лекционного типа		16	16
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		34	34
Иная контактная работа:		6,2	6,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)		5	5
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:		52,8	52,8
Проработка учебного (теоретического) материала		30	30
Подготовка к текущему контролю и др.		22,8	22,8
Контроль:		-	-
Подготовка к зачету		-	-
Общая трудоёмкость	час.	108	108
	в том числе контактная работа	55,2	55,2
	зач. ед	3	3

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет.

Автор РПД канд. экон. наук А.С. Канаев

