

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт массовых коммуникаций и социальных наук



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

_____ 20__ г.

Программа дисциплины

Фандрайзинг для молодежных организаций БЗ.ДВ.1

Направление подготовки: 040700.62 - Организация работы с молодежью

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Сунцов А.В.

Рецензент(ы):

Беляев Владимир Александрович

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института массовых коммуникаций и социальных наук:

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Сунцов А.В. кафедра прикладной политологии и связей с общественностью отделение социальных наук, Anton.Suncov@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью курса "Фандрайзинг для молодежных организаций" является освоение студентами теоретических основ работы профессиональной PR деятельности, а также получение навыков профессиональной работы в области фандрайзинга.

Задачи курса:

- изучить виды и способы взаимодействия бизнес структур и предприятий социально-культурной сферы,
- изучить специфику и особенности функционирования системы благотворительных фондов, опыта зарубежных и российский PR-специалистов в области.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " БЗ.ДВ.1 Профессиональный" основной образовательной программы 040700.62 Организация работы с молодежью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел БЗ.ДВ1 относится к Дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе (7 семестр).

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-3 (профессиональные компетенции)	проективные компетенции (умение организовывать и планировать работу с молодыми людьми в молодежных сообществах по месту жительства, учебы, работы, отдыха, временного пребывания молодежи; способность выявлять проблемы в молодежной среде и вырабатывать их организационные решения в области занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга и взаимодействовать с объединениями и организациями, представляющими интересы молодежи; умение организовать информационное обеспечение молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействие с молодежными СМИ; способность участвовать в организации деятельности детских и молодежных общественных организаций и объединений; готовность участвовать в организации гражданско-патриотического воспитания молодежи; владеть навыками содействия деятельности спортивно-оздоровительных организаций молодежи; владение навыками организации досуговой деятельности)

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основные составляющие технологий организации и проведения кампаний по привлечению инвестиций;
- основную терминологию фандрайзинга;

- технологию, методы и инструменты привлечения ресурсов;
- стандарты проведения и регламентации фандрайзинговой деятельности;
- принципы разработки и планирования мероприятий по привлечению средств.

2. должен уметь:

- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов построения коммуникаций;
- оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений;
- проводить контроль и оценку эффективности мероприятий, проводимых в рамках кампаний по привлечению инвестиций;
- использовать в практической работе полученные знания.

3. должен владеть:

- навыками творческого обобщения полученных знаний

- применять полученные знания на практике.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Введение в фандрайзинг. Общее понятие фандрайзинга.	7	1-2	4	4	0	устный опрос
2.	Тема 2. Фандрайзинг как виды профессиональной деятельности	7	3-4	2	2	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
3.	Тема 3. Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы. Методики работы с органами государственной власти и местного самоуправления	7	5-6	2	2	0	письменная работа
4.	Тема 4. Привлечение спонсоров. Теоретические подходы и практические способы их реализации.	7	7-8	2	2	0	устный опрос
5.	Тема 5. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.	7	9	2	2	0	домашнее задание
6.	Тема 6. Использование PR-технологий в фандрайзинге.	7	11	4	4	0	эссе
7.	Тема 7. Планирование бюджета молодежной общественной организации	7	12	2	2	0	тестирование
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	зачет
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в фандрайзинг. Общее понятие фандрайзинга.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Определение основных понятий ?фандрайзинг?, ?спонсоринг? благотворительность, меценатство, попечительство, покровительство (патронаж), субсидия. Предмет фандрайзинга. Характеристика основных сходств и различий. Фандрайзинг как целенаправленный, системный поиск спонсорских средств. Исторический аспект фандрайзинга.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Определение основных понятий ?фандрайзинг?, ?спонсоринг? благотворительность, меценатство, попечительство, покровительство (патронаж), субсидия. Предмет фандрайзинга. Характеристика основных сходств и различий. Фандрайзинг как целенаправленный, системный поиск спонсорских средств. Исторический аспект фандрайзинга.

Тема 2. Фандрайзинг как виды профессиональной деятельности

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Причины, мотивации и приоритеты фандрайзинга в современном обществе. Фандрайзинг как система партнерства. Истоки и причины возникновения фандрайзинга как видов профессиональной деятельности. Субъекты фандрайзинга. Виды спонсоринга и фандрайзинга. Взаимодействие фандрайзинга с PR и рекламой. Этический кодекс фандрайзера. Социальная сфера, как область наибольшего распространения фандрайзинга.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Причины, мотивации и приоритеты фандрайзинга в современном обществе. Фандрайзинг как система партнерства. Истоки и причины возникновения фандрайзинга как видов профессиональной деятельности. Субъекты фандрайзинга. Виды спонсоринга и фандрайзинга. Взаимодействие фандрайзинга с PR и рекламой. Этический кодекс фандрайзера. Социальная сфера, как область наибольшего распространения фандрайзинга.

Тема 3. Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы. Методики работы с органами государственной власти и местного самоуправления

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Характеристика основных форм организационно-экономического взаимодействия бизнеса и социально-культурной сферы. Особенности применения патронажа, меценатства на современном этапе развития общества. Попечительский совет, благотворительность, информационное спонсорство, гранты, фонды как эффективные способы реализации социально-культурных проектов. Система благотворительных фондов. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные. Фонды прямого действия и региональные фонды. Основная классификация спонсоров. Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга. Роль информационных спонсоров в реализации спонсорского пакета. Приоритетные направления государственной молодежной политики.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Характеристика основных форм организационно-экономического взаимодействия бизнеса и социально-культурной сферы. Особенности применения патронажа, меценатства на современном этапе развития общества. Попечительский совет, благотворительность, информационное спонсорство, гранты, фонды как эффективные способы реализации социально-культурных проектов. Система благотворительных фондов. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные. Фонды прямого действия и региональные фонды. Основная классификация спонсоров. Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга. Роль информационных спонсоров в реализации спонсорского пакета. Приоритетные направления государственной молодежной политики.

Тема 4. Привлечение спонсоров. Теоретические подходы и практические способы их реализации.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Система стимулирования спонсорства. Теоретические и практические методы спонсоринга. План-график фандрайзинга. Подготовка пакета документов. Методологические основы и этапы проведения переговоров с потенциальными спонсорами. Основные составляющие спонсорского пакета, особенности его формирования. Система гарантий спонсоров и организаторов. Юридические аспекты спонсоринга и фандрайзинга.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Система стимулирования спонсорства. Теоретические и практические методы спонсоринга. План-график фандрайзинга. Подготовка пакета документов. Методологические основы и этапы проведения переговоров с потенциальными спонсорами. Основные составляющие спонсорского пакета, особенности его формирования. Система гарантий спонсоров и организаторов. Юридические аспекты спонсоринга и фандрайзинга.

Тема 5. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Система маркетинговых коммуникаций, используемая фандрайзинге. Задачи и функции спонсоринга и фандрайзинга в контексте маркетинговых коммуникаций. Инновационная форма спонсорства, применение Интернет технологий.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Система маркетинговых коммуникаций, используемая фандрайзинге. Задачи и функции спонсоринга и фандрайзинга в контексте маркетинговых коммуникаций. Инновационная форма спонсорства, применение Интернет технологий.

Тема 6. Использование PR-технологий в фандрайзинге.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Практика работы подразделений по фандрайзингу в PR-структурах. Основные направления PR-деятельности по фандрайзингу. Специфика PR-деятельности в фандрайзинге. PR технология ?Семь слонов фандрайзинга?. Работа со СМИ. Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга. Роль информационных спонсоров в реализации спонсорского пакета.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Практика работы подразделений по фандрайзингу в PR-структурах. Основные направления PR-деятельности по фандрайзингу. Специфика PR-деятельности в фандрайзинге. PR технология ?Семь слонов фандрайзинга?. Работа со СМИ. Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга. Роль информационных спонсоров в реализации спонсорского пакета.

Тема 7. Планирование бюджета молодежной общественной организации

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Формирование бюджета проекта. Составляющие бюджета. Основные составляющие спонсорского пакета, особенности его формирования. Контроль над бюджетом. Учет и отчетность. Оценка эффективности.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Формирование бюджета проекта. Составляющие бюджета. Основные составляющие спонсорского пакета, особенности его формирования. Контроль над бюджетом. Учет и отчетность. Оценка эффективности.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Введение в фандрайзинг. Общее понятие фандрайзинга.	7	1-2	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Фандрайзинг как виды профессиональной деятельности	7	3-4	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
3.	Тема 3. Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы. Методики работы с органами государственной власти и местного самоуправления	7	5-6	подготовка к письменной работе	6	письменная работа
4.	Тема 4. Привлечение спонсоров. Теоретические подходы и практические способы их реализации.	7	7-8	подготовка к устному опросу	6	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.	7	9	подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
6.	Тема 6. Использование PR-технологий в фандрайзинге.	7	11	подготовка к эссе	6	эссе
7.	Тема 7. Планирование бюджета молодежной общественной организации	7	12	подготовка к тестированию	4	тестирование
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Основными формами работы студентов являются: лекционные, семинарские занятия, которые закрепляются в ходе научно-исследовательской практики бакалавров.

Виды контроля: текущий (тестирование, контрольные работы, устный опрос), итоговый (в форме экзамена).

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Введение в фандрайзинг. Общее понятие фандрайзинга.

устный опрос , примерные вопросы:

1.Определение основных понятий ?спонсоринг? и ?фандрайзинг?, благотворительность, меценатство, попечительство, покровительство (патронаж), субсидия. Характеристика основных сходств и различий. 2.Фандрайзинг как целенаправленный, системный поиск спонсорских средств. 3. Исторический аспект спонсоринга и фандрайзинга

Тема 2. Фандрайзинг как виды профессиональной деятельности

устный опрос , примерные вопросы:

1. Фандрайзинг как система партнерства. 2. Субъекты спонсоринга и фандрайзинга. 3. Виды спонсоринга и фандрайзинга. 4. Этический кодекс фандрайзера.

Тема 3. Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы. Методики работы с органами государственной власти и местного самоуправления

письменная работа , примерные вопросы:

1. Особенности применения патронажа, меценатства на современном этапе развития общества. 2. Попечительский совет, благотворительность, информационное спонсорство, гранты, фонды как эффективные способы реализации социально-культурных проектов. Система благотворительных фондов. 3. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные. Фонды прямого действия и региональные фонды. 4. Основная классификация спонсоров. 5.Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга.

Тема 4. Привлечение спонсоров. Теоретические подходы и практические способы их реализации.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Теоретические и практические методы спонсоринга. 2. План-график фандрайзинга. Подготовка пакета документов. 3. Основные составляющие спонсорского пакета, особенности его формирования. 4. Юридические аспекты спонсоринга и фандрайзинга.

Тема 5. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.

домашнее задание , примерные вопросы:

1. Система маркетинговых коммуникаций, используемая в спонсоринге и фандрайзинге.
2. Инновационная форма спонсорства, применение Интернет технологий.

Тема 6. Использование PR-технологий в фандрайзинге.

эссе , примерные темы:

Эссе на тему: PR-технологии в фандрайзинговой деятельности НКО в молодежной среде.

Тема 7. Планирование бюджета молодежной общественной организации

тестирование , примерные вопросы:

тест по пройденным темам

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к экзамену.

1. Определение основных понятий "фандрайзинг", "спонсоринг" благотворительность, меценатство, попечительство, покровительство (патронаж), субсидия.
2. Предмет фандрайзинга.
3. Характеристика основных сходств и различий.
4. Фандрайзинг как целенаправленный, системный поиск спонсорских средств.
5. Исторический аспект фандрайзинга.
6. Причины, мотивации и приоритеты фандрайзинга в современном обществе.
7. Фандрайзинг как система партнерства.
8. Истоки и причины возникновения фандрайзинга как видов профессиональной деятельности.
9. Субъекты фандрайзинга.
10. Виды спонсоринга и фандрайзинга.
11. Взаимодействие фандрайзинга с PR и рекламой.
12. Этический кодекс фандрайзера.
13. Социальная сфера, как область наибольшего распространения фандрайзинга.
14. Методики работы с органами государственной власти и местного самоуправления
15. Характеристика основных форм организационно-экономического взаимодействия бизнеса и социально-культурной сферы.
16. Особенности применения патронажа, меценатства на современном этапе развития общества.
17. Попечительский совет, благотворительность, информационное спонсорство, гранты, фонды как эффективные способы реализации социально-культурных проектов.
18. Система благотворительных фондов. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные. Фонды прямого действия и региональные фонды.
19. Основная классификация спонсоров.
20. Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга.
21. Роль информационных спонсоров в реализации спонсорского пакета.
22. Приоритетные направления государственной молодежной политики.
23. Система стимулирования спонсорства.
24. Теоретические и практические методы спонсоринга.
25. План-график фандрайзинга.

26. Подготовка пакета документов.
27. Методологические основы и этапы проведения переговоров с потенциальными спонсорами.
28. Основные составляющие спонсорского пакета, особенности его формирования.
29. Юридические аспекты спонсоринга и фандрайзинга.
30. Система маркетинговых коммуникаций, используемая фандрайзинге.
31. Задачи и функции спонсоринга и фандрайзинга в контексте маркетинговых коммуникаций.
32. Инновационная форма спонсорства, применение Интернет технологий.
33. Практика работы подразделений по фандрайзингу в PR-структурах.
34. Основные направления PR-деятельности по фандрайзингу.
35. Специфика PR-деятельности в фандрайзинге. PR технология "Семь слонов фандрайзинга".
36. Работа со СМИ. Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга.
37. Роль информационных спонсоров в реализации спонсорского пакета.
38. Формирование бюджета проекта. Составляющие бюджета.
39. Основные составляющие спонсорского пакета, особенности его формирования.
40. Контроль над бюджетом. Учет и отчетность.
41. Оценка эффективности фандрайзинговой деятельности в молодежной среде.
42. Фандрайзинг в молодежной среде России.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Источники ресурсов для реализации общественных инициатив.
2. Проектный подход в фандрайзинге.
3. Использование PR-технологий в фандрайзинге.
4. Методики фандрайзинга в работе с органами государственной власти и местного самоуправления.
5. Методики фандрайзинга в работе с благотворительными организациями.
6. Методики фандрайзинга в работе с бизнес-структурами.
7. Фандрайзинг как направление PR-деятельности.
8. Спонсоринг в России.
9. Спонсоринг и фандрайзинг в системе PR.
10. Исторический аспект спонсоринга и фандрайзинга.
11. Взаимодействие спонсоринга и фандрайзинга с PR и рекламой.
12. Роль и место спонсоринга и фандрайзинга в системе маркетинга.
13. Специфика рынка СМИ с точки зрения фандрайзинга.
14. Юридические аспекты спонсоринга и фандрайзинга.
15. Практика реализации социально культурных проектов в контексте спонсоринга и фандрайзинга.
16. Специфика PR-деятельности в фандрайзинге.
17. Практика и состояние рынка спонсоринга и фандрайзинга в России.
18. Роль государственных фондов в фандрайзинге.

7.1. Основная литература:

1. Акимова Е.Е. Самый полный учебник для тренеров, переговорщиков и всех, всех, всех/Е.Е. Акимова.-СПб.: Речь, 2010
2. Белов А.Н. Попечительский совет: вчера, сегодня, завтра/ Федеральное агентство по образованию ГОУ ВПО "Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова"/

А.Н Белов.- М.: Из-во Российской экономической академии, 2006.

3. Векслер А.Ф. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность/ А.Ф. Векслер.- М.: Вершина, 2006.

4. Раевская С.Л. Спонсор - это кто?: метод. пособие к авторской программе "Сетевик от А до Я"/ С.Л. Раевская.- М., 2005.

5. Цыкунов И.В. Фандрайзинг и мобилизация ресурсов: учеб. пособие/ И.В. Цыкунов.- М.: Школа НКО, 2009.

6. Шафф Т. Путеводитель по фандрайзингу: рабочая модель по привлечению спонсоров/ Т. Шафф.- М.: Вершина, 2006.

7. Якимец В.Н. Фандрайзинг: учеб.-метод. пособие/ В.Н. Якимец.- М.: Гос. Ун-т управления, 2002.

7.2. Дополнительная литература:

1. Брум, Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика: учебное пособие / Г. М. Брум, С. М. Катлип, А. Х. Сентер. ? М.: Вильямс, 2008.

2. Василенко, А. Б. PR крупных российских корпораций / А. Б. Василенко. ? М.: ГУ ВШЭ, 2002.

3. Векслер, А. PR для российского бизнеса / А. Векслер. ? М.: Вершина, 2006.

4. Иванова, К. А. Бесценные советы для настоящего PR-менеджера: устная коммуникация / К. А. Иванова. ? СПб.: Питер, 2006.

5. Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов. ? М.: Аспект-Пресс, 2006.

6. Мюллер, А. П. Организационная коммуникация: структуры и практики / А. П. Мюллер. ? Харьков: Гуманитар. центр, 2005.

7. Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности / А. П. Панфилова. ? СПб., 2005.

8. Санаев, А. Русский пиар в бизнесе и политике / А. Санаев. ? М.: Ось-89, 2005.

9. Сухотерин, Л. Я. Информационная работа в государственном аппарате / Л. Я. Сухотерин, И. В. Юдинцев. ? М., 2007.

10. Управление общественными отношениями: учебник. ? М.: Изд-во РАГС, 2005.

11. Худоренко, Е. А. PR-технологии российских корпораций ТЭК / Е. А. Худоренко. ? М.: МГИМО, 2005.

12. Юдина, Е. Н. Креативное мышление в PR / Е. Н. Юдина. ? М.: Рип-холдинг, 2005.

7.3. Интернет-ресурсы:

Всероссийский инновационный конвент - www.iconvention.ru

Всероссийский студенческий информационный портал - www.vsip.mgopu.ru

Лига международной молодежной дипломатии - www.youthdiplomacy.com

Межрегиональный общественный фонд содействия реализации программ, направленных на поддержку молодежи ?Мир молодежи? - www.uspeshnye-siroty.ru

Молодежная Интернет-палата ? безопасный Интернет - www.saferunet.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Освоение дисциплины "Фандрайзинг для молодежных организаций" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 040700.62 "Организация работы с молодежью" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Сунцов А.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Беляев Владимир Александрович _____

"__" _____ 201__ г.