

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 08.06.2022 12:45:20  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

**Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.05.02 Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:**

**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование направления подготовки)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Рекламный менеджмент**

(наименование (специализация) ОП ВО)

**2022 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 «Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов» является актуализировать и/или сформировать индикаторы компетенций, позволяющие сформировать у студентов представление о таком важных маркетинговом инструменте привлечении ресурсов как фандрайзинг.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 «Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере.
		ОПК-7.2. Умеет формировать систему оценочных показателей возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере.
		ОПК-7.3. Прогнозирует возможные эффекты и оценивает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты на соответствие принципам социальной ответственности
ПКО-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)	ПКО-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства
		ПКО-1.2. Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
		ПКО-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия,

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		применяет технологии организации коммуникационной работы
ПКО-2	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	ПКО-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.
		ПКО-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПКО-2.3. Оценивает эффективность проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов» является дисциплиной по выбору и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Б1.В.ДВ.05.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 «Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов».

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 «Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR, Создание маркетингового контента	Преддипломная практика
ПКО-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере	Клиентский сервис, Производственная практика	Преддипломная практика

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)		
ПКО-2	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR, Digital-маркетинг, Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков	Научно-исследовательская работа, Преддипломная практика

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 «Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов» составляет 2 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	36			36	
Лекции (ЛК)	18			18	
Лабораторные работы (ЛР)	-			-	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18			18	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	72			72	
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.					
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	<b>72</b>		<b>72</b>	
	зач.ед.	<b>2</b>		<b>2</b>	

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2	3	4	
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	<i>144</i>	<i>36</i>	<i>36</i>	<i>36</i>	<i>36</i>	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	36	9	9	9	9	
Лабораторные работы (ЛР)	36	9	9	9	9	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	72	18	18	18	18	
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	<i>252</i>	<i>72</i>	<i>54</i>	<i>72</i>	<i>54</i>	
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	<i>36</i>	<i>-</i>	<i>18</i>	<i>-</i>	<i>18</i>	
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	<b>432</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	зач.ед.	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2	3	4	
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	<i>72</i>	<i>16</i>	<i>20</i>	<i>16</i>	<i>20</i>	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	16	8	-	8	-	
Лабораторные работы (ЛР)	20	-	10	-	10	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	36	8	10	8	10	
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	<i>324</i>	<i>92</i>	<i>70</i>	<i>92</i>	<i>70</i>	
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	<i>36</i>	<i>-</i>	<i>18</i>	<i>-</i>	<i>18</i>	
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	<b>432</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	зач.ед.	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Введение в дисциплину	Тема 1.1. Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов: основные принципы. Фандрайзинг как система совокупных форм сбора финансовых средств. Источники ресурсов. Ожидаемые результаты фандрайзинга. Особенности фандрайзинга. Основные принципы фандрайзинга. Правила для подготовки НКО к фандрайзингу. Основные этапы фандрайзинга. Стратегический уровень планирования фандрайзинга. Цикл фандрайзинга. Технологии фандрайзинга. Маркетинг фандрайзинга. Спонсоринг и фандрайзинг для проектов в культурной, медиа-, социальной сфере, образовании.	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	Профессионализация фандрайзинга в современном российском обществе.	
Раздел 2. Фандрайзинг как маркетинговый инструмент привлечения ресурсов	Тема 2.1. Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов: правовые аспекты. Система фандрайзинга в некоммерческих организациях. Законодательные и нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность благотворительных организаций. Специфика правового регулирования споров между благотворительной организацией и гражданами и юридическими лицами. Интернет-ресурсы, обеспечивающие фандрайзинговую деятельность. Юридические особенности фандрайзинга в интернет-пространстве	ЛК, СЗ
	Тема 2.2. Социальные проекты. Проектная деятельность некоммерческих организаций. Проектный менеджмент в некоммерческой организации. Методические рекомендации «Проектный менеджмент в некоммерческой организации». Понятие о проекте и проектно-исследовательской деятельности. Составные части проекта. 12 шагов разработки социального проекта. Этапы жизнедеятельности проекта. Классификация проектов. Составление бизнесплана проекта. Презентация как средство демонстрации жизнедеятельности проекта.	ЛК, СЗ
	Тема 2.3. Формы финансовой поддержки социальных инициатив. Пути фандрайзинга. Самофинансирование. Проведение благотворительных мероприятий. Получение внешней поддержки в виде гранта. Сбор пожертвований. Teaching Assistantship, Research Assistantship, а также Study/Work, Subsidized Work.	ЛК, СЗ
	Тема 2.4. Гранты и виды грантовой поддержки. Виды грантов. Коллективный грант. Грант на научный проект. Грант на поездки. Грант на работу в архиве, библиотеке, институте предусматривает выделение средств на расходы, связанные с командированием в другой город, с работой в исследовательском	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	учреждении (ксерокопирование, интернет и пр.). Грант на чтение лекций в другом образовательном учреждении. Грант на организацию и проведение мероприятий предназначен на оплату расходов, связанных с проведением конференций и других научных собраний. Грант на длительную стажировку или учебу. Грант на публикаторскую деятельность. Грант на проведение экспедиции или полевых работ	
	Тема 2.5. Фонды и грантодающие организации. Благотворительные фонды. Причины благотворительной деятельности фондов. Благотворительные фонды по видам осуществляемой деятельности. Основные формы финансирования, осуществляемые БФ. Типы доноров. Российские ресурсы: специфика отечественных фондов и программ. Зарубежные фонды: поиск, информационное обеспечение, особенности размещения информации. Корпоративный интерес фонда. Типы программ, которые поддерживают фонды. Правила обращения в фонд. Первый контакт и продолжение контактов с фондом.	ЛК, СЗ
	Тема 2.6. Составление заявок на гранты. Внутренний мониторинг заявок. Понятие о заявке на грант. Письмо-заявка (запрос). Полная заявка. Причины отклонения заявок фондами. Признаки хорошо составленной заявки. 10 заповедей при составлении заявки для получения гранта	ЛК, СЗ
	Тема 2.7. Бюджетирование некоммерческих организаций. Бюджет социального проекта. Понятие о бюджете в НКО. Виды бюджета. Подходы к составлению бюджета. Контроль над бюджетом. Учет и отчетность в работе некоммерческой организации в социальной сфере.	ЛК, СЗ
	Тема 2.8. Подготовка и предоставление отчетности по проектам для фондов. Правила предоставления отчетности. Состав отчетов по проектам, представленным на различные конкурсы. Этапы и структура отчёта. Образец составления отчёта о получении целевого гранта Приложения к отчёту	ЛК, СЗ

**6. ДИСЦИПЛИНЫ**

**МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ**

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

*Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины*

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).



## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

1. Пчелина О.В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере: учебное пособие: [16+] / О. В. Пчелина, А. Ю. Тарбушкин; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2016. – 92 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461622>

2. Шевченко Д.А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 166 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686475>

### *Дополнительная литература:*

1. Корнеева И.Е. Фандрайзинг в некоммерческих организациях: теоретические подходы и эмпирические исследования / И.Е. Корнеева // Менеджмент в России и за рубежом. - 2016. - № 6. - С. 10 - 17.

2. Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 109 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/441313>

3. Мерсиянова И.В. Фандрайзинг как функция управления в некоммерческих организациях: определение и факторы результативности / И.В. Мерсиянова, И.Е. Корнеева, Н.В. Иванова // Менеджмент в России и за рубежом. - 2014. - № 5. - С. 78-87.

4. Маслова В.М. Сфера PR в маркетинге : учебное пособие / В. М. Маслова, И. М. Синяева, В. В. Синяев. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 384 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684616>

### *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации  
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS  
<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 «Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

**Заведующая кафедрой  
рекламы и бизнес-  
коммуникаций**



**Трубникова Н.В.**

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.