

**Спеціальність 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності», освітній
рівень бакалавр, денна форма навчання
III курс , 2 семестр, група БКД – 11-7**

Дисципліна «Менеджмент соціокультурної діяльності»

11 травня – лекція. Технологія фандрейзингу в соціально-культурній сфері.

Фандрейзинг (fundraising) - діяльність по залученню і акумулюванню фінансових коштів з різних джерел на реалізацію соціально-культурних проектів і програм.

Окрема професіональна галузь з пошуку субсидій, грошових коштів і є основою формування бюджету некомерційних організацій у соціокультурній сфері за рахунок залучення коштів потенційних спонсорів і меценатів з числа підприємців, приватних осіб і державного сектора управління.

Диференціація видів СКД в ринковій економіці

Види соціокультурної діяльності за характером їх відношення до ринку можуть бути класифіковані наступним чином:

1. Види діяльності, орієнтовані, більшою мірою, на ринок і отримують від продажів своєї продукції більшу частину доходу. Це такі напрямки, як: казино, нічні клуби, шоу-бізнес, музична продукція.

2. Нонпрофітні (не комерційні) види діяльності: архівна, музейна робота, захист спадщини. Їхня продукція не орієнтована на ринок і, найчастіше, продається за ціною, нижчою від реальної (квитки в музеї, на заходи в клубні заклади тощо).

3. Види культурної діяльності, до яких можна віднести: театральну, виставкову, ярмаркову, аукціонну тощо, які можуть належати і до комерційних, і до нонпрофітних.

Електронні джерела:

1. Федотова, Н. Г. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие / Н. Г. Фе дотова, НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2015. – 282 с. Режим доступа. - www.novsu.ru/file/1229654
2. Чижиков В.М., Чижиков В. В. Теория и практика социокультурного менеджмента : Учебник. - М.: МГУКИ. 2008. - 608с. Режим доступа. - www.twirpx.com/file/590321/
3. Чижиков В.М., Чижиков В. В. Введение в социокультурный менеджмент: Учебное пособие.- М.: МГУКИ. 2003. - 38с. Режим доступа. - www.twirpx.com/file/247468/

12, 13 травня –практична. Фандрайзингова діяльність в закладах культури.

1. Коротко прописати діяльність благодійних фондів, які функціонують в Україні і підтримують соціокультурну сферу.
2. Виконане завдання оформити письмово для перевірки.

18 травня – лекція. **Основні принципи організації фандрейзингової компанії.**

Серед основних принципів організації фандрейзингової компанії виділяють:

- пошук коштів - передбачає ретельно продумані планові дії, які щорічно здійснюються в закладах соціокультурної сфери і цей процес не повинен бути одноразовою акцією;

- важливо, хто в колективі буде керувати роботою зі збирання коштів, координувати дії усіх відповідних служб;

- прийоми фандрейзингу мають свої особливості залежно від категорії вкладників, на які спрямовані зусилля організації соціокультурної сфери.

Українські менеджери звертаються в першу чергу до керівників великих комерційних структур - фірм банків, агентств, промислових підприємств, на відміну від США. Саме ці структури можуть стати значним джерелом спонсорських надходжень. Вони більшою мірою, ніж благодійні фонди (яких в Україні ще небагато) чи приватні особи (за низького рівня життя), можуть допомогти культурі і мистецтву;

- соціокультурна організація має сприяти комерційній фірмі у налагодженні громадських зв'язків, у рекламі продукції тощо, тобто створити позитивний імідж, високу репутацію у споживачів.

Особливо це стосується підприємств, які фінансують ток-шоу, вистави, виставки, телевізійні програми, що мають справді масову аудиторію.

Електронні джерела:

4. Федотова, Н. Г. Менеджмент в сфері культури: учеб. пособие / Н. Г. Фе дотова, НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2015. – 282 с. Режим доступа. - www.novsu.ru/file/1229654
5. Чижиков В.М., Чижиков В. В. Теория и практика социокультурного менеджмента : Учебник. - М.: МГУКИ. 2008. - 608с. Режим доступа. - www.twirpx.com/file/590321/
6. Чижиков В.М., Чижиков В. В. Введение в социокультурный менеджмент: Учебное пособие.- М.: МГУКИ. 2003. - 38с. Режим доступа. - www.twirpx.com/file/247468/

19, 20 травня –практична. **Фандрайзингова діяльність в закладах культури.**

1. Визначити і розписати, що входить до створення позитивного іміджу спонсора.
2. Виконане завдання оформити письмово для перевірки.