

Cursos de postgrado

30 créditos

Curso académico 2017-2018

Captación de Fondos

del 8 de enero al 31 de octubre de 2018

DIPLOMA DE ESPECIALIZACIÓN

Características: prácticas y visitas, material multimedia, actividades presenciales optativas, curso virtual y guía didáctica.

Departamento

Psicología Social y de las Organizaciones

Facultad de Psicología

PROGRAMA DE POSTGRADO

Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.

Curso 2017/2018

El Programa de Postgrado acoge los cursos que dan derecho a la obtención de un Título Propio otorgado por la UNED. Cada curso se impartirá en uno de los siguientes niveles: Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.

Requisitos de acceso:

Estar en posesión de un título de grado, licenciado, diplomado, ingeniero técnico o arquitecto técnico. El director del curso podrá proponer que se establezcan requisitos adicionales de formación previa específica en algunas disciplinas.

Asimismo, de forma excepcional y previo informe favorable del director del curso, el Rectorado podrá eximir del requisito previo de la titulación en los cursos conducentes al Diploma de Experto Universitario. Los estudiantes deberán presentar un curriculum vitae de experiencias profesionales que avalen su capacidad para poder seguir el curso con aprovechamiento y disponer de acceso a la universidad según la normativa vigente.

El estudiante que desee matricularse en algún curso del Programa de Postgrado sin reunir los requisitos de acceso podrá hacerlo aunque, en el supuesto de superarlo, no tendrá derecho al Título propio, sino a un Certificado de aprovechamiento.

Destinatarios

Titulados Univeritarios de las areas de Psicología, Economía, Marketing, Derecho o Sociología y profesionales del tercer sector.

De acuerdo con el plan de Incentivos a la matrícula en cursos de Formación Permanente aprobado por la UNED,

tendrán descuentos de:

10% Las Entidades que matriculen de 2 a 4 miembros

15 % Socios de la Asociación Española de Fundraising (AEFR)

15 % Los alumnos o antiguos alumnos UNED

20 % Las Entidades que matriculen a más de 4 miembros

Ver apartado Matriculación.

1. Presentación y objetivos

El Programa ofrece una formación de las últimas tendencias en técnicas y metodologías de captación de fondos y comunicación, y del análisis de la donación económica como conducta social con implicaciones a nivel individual, social y económico en nuestra sociedad, en especial en el ámbito de las Organizaciones No Lucrativas y de la solidaridad. La AEFR es el referente de esta actividad y la impulsora de la profesionalización de esta actividad bajo estándares éticos y de calidad de amplio reconocimiento. Es el primer Título Propio universitario de posgrado en la universidad española en la materia.

2. Contenido

B1. Contexto sociocultural de la captación de fondos. Características y mapa del tercer sector. Financiación del tercer sector. Perfil del donante, motivaciones y frenos. Dimensiones psicosociales de la donación y actitudes hacia el dinero.

B2. Estrategia I: Visión estratégica. Misión y Visión institucional. Estrategia: concepto y diferentes aproximaciones. Integración estrategia captación e institucional. Posicionamiento. Identificación de necesidades de recursos. Planificación: concepto, aproximaciones y herramientas. Planificación de la captación de fondos

B3. Estrategia II: Formulación de estrategias

El ciclo de la captación de fondos. Segmentación. Definición de Oferta. Captación y Fidelización. Canales y métodos. Estrategias multicanal. Recursos disponibles: estructura de gastos

B4. Fuentes / Públicos. Personas físicas: valor de vida del donante, captación, gestión de relaciones, fidelización, herencias y legados, merchandising y "venta cruzada". Grandes donantes. Colaboración con empresas. Otras entidades no lucrativas. Administración Pública

B5. Técnicas I: Canales. Canales masivos. Correo postal. Teléfono

Internet y redes sociales. Face to face y acción directa. Eventos. Crowdfunding

B6. Técnicas II: Herramientas. Bases de Datos y datamining. Investigación de mercados

Técnicas de análisis interno. Branding y conocimiento público. Comunicación, Movilización y Captación de fondos. Diseño de Campañas

B7. Dirección I

El papel de los órganos de gobierno y los equipos de dirección. Cultura organizativa (modelos organizativos, gestión del cambio, gestión del conocimiento...). Gestión financiera (planificación y control presupuestario). Sistemas de información. Nuevas tendencias en modelos de organización y dirección

B8. Dirección II: Gestión de equipos. Sistema de gestión integral de RRHH (I): selección, formación, retribución. Sistema de gestión

integral de RRHH (II): descripción de puestos y evaluación del desempeño. Competencias para la captación de fondos. Habilidades directivas: inteligencia emocional y liderazgo ético. Integración de equipos (remunerado, voluntariado, externos, colaboración interdepartamental)

B9. Profesión. Ética aplicada y Rendición de cuentas. Aspectos jurídicos y legales (fiscalidad, protección de datos, contratación proveedores. Orígenes y evolución de la profesión: panorama internacional. Situación y perspectivas de la profesión en España

B10. Prácticas en ONL

3. Metodología y actividades

La metodología es la propia de la UNED, basada en la enseñanza a distancia, lo que permite al alumno seguir el curso cualquiera que sea su lugar de residencia, compatibilizándolo con sus responsabilidades laborales y familiares. La enseñanza a distancia se efectuará mediante materiales didácticos y a través de los diferentes recursos y medios de que dispone esta Universidad (Plataforma ALF, teléfono, correo electrónico, internet, TeleUNED, etc.). Aunque gran parte del trabajo del alumno se basará en material impreso, los alumnos podrán asistir a sesiones presenciales no obligatorias. Se contará con los recursos de videoconferencia que ofrece la plataforma ALF. De esta manera, los alumnos que no puedan estar presentes en las sesiones presenciales podrán seguir dichos contenidos a través de ALF.

Prácticas:

Se realizarán prácticas internas y externas

Internas: Resolución de casos teórico-prácticos reales supervisados por técnicos

Externas: Participación en programas reales que se están llevando a cabo en ONL o empresas especializadas en captación de fondos. (100 horas)

Trabajos a realizar:

Los alumnos deberán realizar trabajos prácticos de acuerdo con las orientaciones que establezcan los profesores del curso.

4. Material didáctico para el seguimiento del curso

4.1 Material obligatorio

4.1.1 Material en Plataforma Virtual

El material estará disponible en el curso virtual. (ALF) A continuación se detallan los temas que componen el programa

Módulo 1

Contexto sociocultural de la captación de fondos

Tema 1

Aproximación al tercer sector

Tema 2

Financiación del tercer sector

Tema 3

El perfil del donante en España

Tema 4

Dimensiones psicosociales de la donación

Módulo 2

Estrategia I. Visión estratégica

Tema 5

El modelo de financiación como opción estratégica

Tema 6

Identificación de las necesidades de recursos

Tema 7

Análisis de las capacidades internas

Tema 8

Análisis de los resultados históricos y de la oferta de colaboración

Tema 9

Análisis del entorno

Tema 10

Análisis de la competencia

Tema 11

Establecimiento de líneas estratégicas y objetivos

Tema 12

Caso práctico

Módulo 3

Estrategia II. Formulación de estrategias

Tema 13

Estrategia de segmentación

Tema 14

Diseño de la oferta de colaboración

Tema 15

Elección de los canales de comunicación

Tema 16

Incentivación de los colaboradores actuales

Tema 17

Fidelización de los colaboradores actuales

Tema 18

Factores críticos de éxito de la estrategia

Tema 19

Planificación operativa y cuadro de mando

Tema 20

Caso práctico

Módulo 4

Fuentes / Públicos

Tema 21

Pequeños donantes individuales

Tema 22

Grandes donantes individuales

Tema 23

Venta de productos

Tema 24

Venta de servicios

Tema 25

Colaboración empresarial

Tema 26

Otras entidades no lucrativas

Tema 27

Financiación pública

Tema 28

Caso práctico

Módulo 5

Técnicas I. Canales de captación

Tema 29

Canales masivos de captación

Tema 30

Correo postal

Tema 31

Teléfono

Tema 32

Internet y redes sociales

Tema 33

Face to face y acción directa

Tema 34

Eventos

Tema 35

Crowdfunding

Tema 36

Caso práctico

Módulo 6

Técnicas II. Herramientas

Tema 37

Sistemas de información

Tema 38

Investigación de mercados

Tema 39

Bases de datos y data mining

Tema 40

Branding y conocimiento público

Tema 41

Comunicación, movilización social y fundraising

Tema 42

Diseño de campañas I

Tema 43

Diseño de campañas II

Módulo 7

Dirección I

Tema 44

El papel de los órganos de gobierno y los equipos de dirección

Tema 45

Cultura organizativa

Tema 46

Gestión financiera: planificación y control presupuestario

Tema 47

La medición del impacto social o el retorno social de la inversión

Tema 48

Diseño de la estructura organizativa en las ONG

Tema 49

Tendencias futuras en modelos de dirección y organización

Tema 50

Caso práctico

Módulo 8

Dirección II. Gestión de equipos

Tema 51

Sistema de gestión integral de RRHH (I). Selección, formación, retribución

Tema 52

Sistema de gestión integral de RRHH (II). Descripción de puestos y evaluación del desempeño

Tema 53

Competencias para la captación de fondos

Tema 54

Inteligencia emocional y liderazgo ético

Tema 55

Integración de equipos

Tema 56

Caso práctico

Módulo 9

Profesión y ética

5. Atención al estudiante

Los estudiantes pueden plantear sus cuestiones en el siguiente correo electrónico: tai.cursos.uned@gmail.com

Y puede, además, contactar con los directores del curso a través de su correo electrónico:

amlisbona@psi.uned.es .

formacion@aefundraising.org

Tutoría telefónica: 91 398 628591 398 7672 Lunes, martes y jueves de 9.30-12.30 y Martes de 15.30 a 18.30 H

En el curso virtual se facilitarán los datos de contacto de cada profesor, así como los detalles de las sesiones presenciales.

Call

Send SMS

Add to Skype

You'll need Skype CreditFree via Skype

6. Criterios de evaluación y calificación

Para aprobar el curso, el alumno debe obtener 30 créditos. La evaluación se efectuará de acuerdo con la metodología de la enseñanza a distancia. El alumno será evaluado mediante un sistema de evaluación continua. Las PECs (pruebas de evaluación continua) consistirán en trabajos y/o ejercicios sobre los contenidos de los diferentes módulos. La realización de las pruebas de evaluación se efectuará según las directrices establecidas por los profesores, utilizando el material didáctico obligatorio, y, en su caso, aplicando los conocimientos y notas adquiridos durante las sesiones presenciales y/o durante sus consultas con el profesorado.

7. Duración y dedicación

Inicio 08/01/2018

Fin 31/10/2018

8. Equipo docente

Director/a

Director - UNED

LISBONA BAÑUELOS, ANA MARIA

Directores adjuntos

Director adjunto - Externo

GONZALEZ MARTÍN, ANTONIO

Colaboradores UNED

Colaborador - UNED

LOIS GARCIA, DAVID

Colaborador - UNED

LOPEZ ARAUJO, BLANCA

Colaborador - UNED

PALACI DESCALS, FRANCISCO JOSE

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

ÁLVAREZ PRADO, PEDRO

Colaborador - Externo

BERNABE CASTAÑO, MIGUEL

Colaborador - Externo

CORTÉS LEÓN, CARLOS

Colaborador - Externo

MARTINEZ DE FRUTOS, SARA

Colaborador - Externo

MORENO ORDUÑA, DAVID

9. Precio público del curso

Precio público de matrícula: 1920 €

10. Matriculación

Del 7 de septiembre al 1 de diciembre de 2017.

Teléfonos: 91 3867275 / 1592

Fax: 91 3867279

<http://www.fundacion.uned.es/>

De acuerdo con el plan de Incentivos a la matrícula en cursos de Formación Permanente aprobado por la UNED, tendrán descuentos de:

10% Las Entidades que matriculen de 2 a 4 miembros

15 % Socios de la Asociación Española de Fundraising (AEFR)

15 % Los alumnos o antiguos alumnos UNED

20 % Las Entidades que matriculen a más de 4 miembros

Para solicitar el descuento pincha [aquí](#)

Estas bonificaciones son incompatibles con otro tipo de [ayudas, becas, incentivos](#) en la misma matrícula: