Universidad de Navarra

Introducción al fundraising

Guía docente 2024-25

PRESENTACIÓN

En esta asignatura se establecerán los conceptos básicos para poder desarrollar cualquier campaña dirigida a la captación de fondos mediante la combinación de teoría y práctica.

- **Titulación**: Grado en Comunicación Audiovisual, Grado en Periodismo y Grado en Marketing
- **Módulo/Materia**: Optatividad
  - Grado en Comunicación Audiovisual. Módulo VII: Optativas. Materia 1. Optativas
  - Grado en Marketing. Módulo VII: Optatividad. Nivel 1: Formación Complementaria
  - Grado en Periodismo: Módulo VI. Optativas. Materia 1. Optativas
- **ECTS**: 3
- **Curso, semestre**: 3º y 4º, 2º semestre
- **Carácter**: Optativa
- **Profesorado**: Sergi Molas
- **Idioma**: Castellano
- **Aula, Horario**: Aula 11, Miércoles de 16.00h a 17.30h

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

En el caso del **Grado de Marketing**, las competencias que se espera desarrollar a lo largo de esta asignatura son las siguientes:

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CG3 - Conocer las herramientas y técnicas propias de los procesos de innovación y emprendimiento que se producen en torno a la gestión del marketing

CE11 - Comprender y reflexionar en torno a los componentes de la personalidad humana (biológicos, afectivos, psicológicos) que permiten explicar los comportamientos humanos, en especial en su dimensión económica.

En el caso del **Grado de Periodismo**, los resultados de aprendizaje que se espera desarrollar a lo largo de esta asignatura son las siguientes:

1.HABILIDADES

RA12 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

RA14 - Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la resolución de problemas.

RA19 - Idear y ejecutar el diseño y los aspectos formales y estéticos de medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales.

En el caso del **Grado de Comunicación Audiovisua**l, los resultados de aprendizaje que se espera desarrollar a lo largo de esta asignatura son las siguientes:

1.CONOCIMIENTOS

RA3 - Conocer, comprender y reflexionar sobre los componentes de la personalidad humana (biológico, afectivo, psíquico, espiritual) y sus relaciones con el entorno en sus distintas dimensiones.

2.HABILIDADES

RA11 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

RAO10 - Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la resolución de problemas.

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Conocimientos

- Que el alumno entienda la "lógica" del proceso de la captación de fondos
- Que el alumno conozca las principales metodologías y herramientas diseñadas para captar fondos

Habilidades y actitudes

- Que el alumno desarrolle mecanismos de detección y análisis ante las campañas de captación de fondos
- Que el alumno comprenda el potencial que conlleva el éxito en la captación de fondos en la actualidad.
- Que el alumno experimente los distintos factores de éxito/fracaso en la captación de fondos

Resultados del aprendizaje

1. Diseñar e implementar una campaña de captación de fondos
2. Demostrar la comprensión de los conceptos trabajados a lo largo de la asignatura

PROGRAMA

1. ¿Qué y por qué?

Introducción. Principios básicos

2. ¿Dónde y a quién?

Búsqueda de posibles donantes

3. ¿Cómo y cuándo?

Universidad de Navarra

Vehículos y herramientas

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases presenciales teóricas: 20 h.

Clases presenciales prácticas: 10 h.

Trabajos (Campaña): 25 h.

Estudio Personal: 20 h.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Examen final: 40% de la nota

Prácticas: 60% de la nota (40% “campaña”; 20% ejercicios realizados en el aula)

El examen final debe estar aprobado para mediar con la nota obtenida en las prácticas y es obligatorio tener presentada la campaña (del apartado prácticas) para poder presentarse al examen final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

En la convocatoria de junio los alumnos harán un examen semejante al de mayo. Se mantendrán las notas de los trabajos, aunque aquel que lo desee podrá optar al 100% de la nota final en el examen.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Sergi Molas Giner (smolas@unav.es)

- Despacho 2150 Edificio Facultad de Comunicación. 2ª Planta.
- Cita previa por mail.

BIBLIOGRAFÍA

- Melandri, Valerio (2018). Fundraising. El manual más completo para hacer captación de fondos. EUNSA. Localízalo en la Biblioteca

Fundraising - Melandri Valerio 1-3.pdf