

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна  
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий  
Дата подписания: 25.05.2026 11:02:30  
Уникальный программный ключ:  
d72783635b7f7c872e79a746e849dcba1abc6ab7a

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования**  
**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор Высшей школы  
креативных индустрий  
Садыкова Алена Григорьевна

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
**Фандрайзинг**

|                          |                                              |
|--------------------------|----------------------------------------------|
| Направление подготовки   | 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | «PR в государственных и бизнес-структурах»   |
| Год начала обучения      | 2026                                         |
| Форма обучения           | очная                                        |
| Реализуется в семестре   | 7                                            |

## **Введение**

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине «Фандрайзинг» – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Фандрайзинг»

3. Разработчики: Ассистент департамента медиакоммуникаций Губаева Камилла Станиславовна.

4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы, проводившие внутреннюю экспертизу:

Председатель: Рубежной А.А., председатель УМК Высшей школы креативных индустрий.

Члены комиссии: Лупандина Н.Д., зам. директора ВШКИ по учебной работе;

Горбачев А.М., директор департамента медиакоммуникаций.

Представитель организации-работодателя: Коршунова Полина Ивановна, главный специалист Службы общественных связей Ставропольского РФ АО «Россель-хозбанк».

Экспертное заключение: ФОС соответствует ОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью», «PR в государственных и бизнес-структурах», «Рекламные технологии» и рекомендуется для выявления уровня сформированности компетенций по дисциплине.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

# 1. Описание показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

| Компетенции, индикаторы                                                                                                                                    | Уровни сформированности компетенций                                                            |                                                                                                         |                                                                                                     |                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                            | Минимальный уровень не достигнут<br>(Неудовлетворительно)<br>2 балла                           | Минимальный уровень<br>(удовлетворительно)<br>3 балла                                                   | Средний уровень<br>(хорошо)<br>4 балла                                                              | Высокий уровень (отлично)<br>5 баллов                                                                         |
| <b>ПК-5</b>                                                                                                                                                |                                                                                                |                                                                                                         |                                                                                                     |                                                                                                               |
| Результаты обучения по дисциплине (модулю):<br><i>ИД-1 ПК-5</i><br>Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. | Не знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью      | Знает недостаточно типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью     | Знает в целом типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью      | Знает на высоком уровне типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью      |
| <i>ИД-2 ПК-5</i><br>Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.                                            | Не реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью  | Реализует недостаточно типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | Реализует в целом типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью  | Реализует на высоком уровне типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью  |
| <i>ИД-3 ПК-5</i><br>Владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.                                           | Не владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | Владеет плохо типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью       | Владеет в целом типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | Владеет на высоком уровне типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью |
| <b>ПК-10</b>                                                                                                                                               |                                                                                                |                                                                                                         |                                                                                                     |                                                                                                               |
| <i>ИД-1 ПК-10</i><br>Знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.                                                        | Не знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами               | Знает плохо, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами                     | Знает в целом, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами               | Знает на высоком уровне, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами               |
| <i>ИД-2 ПК-10</i><br>Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.                                                                   | Не осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами                          | Осуществляет плохо мониторинг обратной связи с разными целевыми группами                                | Осуществляет в целом мониторинг обратной связи с разными целевыми группами                          | Осуществляет на высоком уровне мониторинг обратной связи с разными целевыми группами                          |

|                                                                                                                                                         |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                |                                                                                                                                           |                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>ИД-3ПК-10</i><br>Владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.                                                            | Не владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами                                                           | Владеет плохо навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами                                                                  | Владеет в целом навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами                                                           | Владеет на высоком уровне навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами                                                           |
| <b>ПК-13</b>                                                                                                                                            |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                |                                                                                                                                           |                                                                                                                                                     |
| <i>ИД-1 ПК-13</i><br>Знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.       | Не знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры       | Знает плохо особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры              | Знает в целом особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры       | Знает на высоком уровне особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры       |
| <i>ИД-2 ПК-13</i><br>Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. | Не участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры | Участвует недостаточно в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры | Участвует в целом в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры | Участвует на высоком уровне в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |
| <i>ИД-3ПК-13</i><br>Владеет навыками корпоративной культуры.                                                                                            | Не владеет навыками корпоративной культуры                                                                                           | Владеет плохо навыками корпоративной культуры                                                                                                  | Владеет в целом навыками корпоративной культуры                                                                                           | Владеет на высоком уровне навыками корпоративной культуры                                                                                           |

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «северо-кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

## ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

| Номер задания | Правильный ответ                             | Содержание вопроса                                                                                                                                                                             | Компетенция |
|---------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 1.            |                                              | Что такое государственное финансирование?                                                                                                                                                      | ПК-5        |
| 2.            |                                              | Кто такие частные доноры в фандрайзинге?                                                                                                                                                       | ПК-13       |
| 3.            | Корпоративные фонды                          | ... .. создаются корпорацией. В данном случае финансирование проектов идет из средств крупной региональной компании.                                                                           | ПК-5        |
| 4.            | Фонды местных сообществ (общественные фонды) | ... .. создаются жителями конкретного региона, города, села, для финансирования местных проектов и программ.                                                                                   | ПК-10       |
| 5.            | Сбор пожертвований                           | ... .. может быть целевым, направленным на конкретное мероприятие, конкретную кампанию или на нужды организации вообще.                                                                        | ПК-13       |
| 6.            |                                              | Что такое грант?                                                                                                                                                                               | ПК-10       |
| 7.            |                                              | Назовите стадии общения со спонсором.                                                                                                                                                          | ПК-10       |
| 8.            |                                              | Дайте определение понятию «Франдаизинг».                                                                                                                                                       | ПК-13       |
| 9.            |                                              | Дайте определение понятию «Краудфандинг».                                                                                                                                                      | ПК-5        |
| 10.           |                                              | Перечислите основные задачи фандрайзинга.                                                                                                                                                      | ПК-5        |
| 11.           |                                              | Все виды фандрайзинга можно разделить на две большие группы ...                                                                                                                                | ПК-13       |
| 12.           | Проектный и оперативный                      | Еще фандрайзинг можно разделить на ..., где средства собирают по конкретному поводу, и ..., когда деньги обеспечивают стабильную работу организации.                                           | ПК-13       |
| 13.           | Инвестор                                     | ... выступает в качестве организации или физического лица, которое вкладывает средства для получения дивидендов в дальнейшем.                                                                  | ПК-13       |
| 14.           | Спонсор/спонсора                             | ... – компания или физическое лицо, финансирующее организацию на определенных условиях. Часто такой формат направлен на рекламу деятельности ... , его компании или бренда.                    | ПК-13       |
| 15.           |                                              | Кто такой меценат?                                                                                                                                                                             | ПК-5        |
| 16.           | Грантодатель                                 | ... – физическое или юридическое лицо, которое обеспечивает финансирование для реализации определенного проекта.                                                                               | ПК-10       |
| 17.           |                                              | Фандрайзинг подразделяется на этапы. Назовите их.                                                                                                                                              | ПК-5        |
| 18.           |                                              | Назовите правила успешного фандрайзинга.                                                                                                                                                       | ПК-13       |
| 19.           | В                                            | Способ привлечения денежных средств, основанный на раздаче рекламной продукции в виде листовок, буклетов называется:<br>А) Рекламные акции<br>Б) Массовые рассылки<br>В) Безадресные обращения | ПК-13       |
| 20.           |                                              | Перечислите методы и технологии привлечения денежных средств во франдаизинге.                                                                                                                  | ПК-5        |

|     |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |       |
|-----|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 21. |              | Какие правовые источники регулируют благотворительную деятельность образовательной организации?                                                                                                                                                                                           | ПК-13 |
| 22. | Г            | Какой из нижеперечисленных принципов НЕ является принципом фандрайзинга?<br>А) Принцип законности пожертвований<br>Б) Принцип конфиденциальности и добровольности.<br>В) Принцип рационального использования пожертвований.<br>Г) Принцип гласности и непринуждения к привлечению средств | ПК-13 |
| 23. |              | Процесс формирования и передачи пожертвований включает несколько этапов. Назовите их.                                                                                                                                                                                                     | ПК-10 |
| 24. | руководитель | Ответственность за целевое использование добровольных пожертвований несет ... образовательной организации.                                                                                                                                                                                | ПК-5  |
| 25. | не требует   | Требует ли законодательство обязательного заключения договора при получении любого пожертвования?                                                                                                                                                                                         | ПК-13 |
| 26. |              | Важным документом, регулирующим порядок привлечения и расходование всех, без исключения внебюджетных средств, является...                                                                                                                                                                 | ПК-13 |
| 27. |              | Основным документом, определяющим объемы поступлений внебюджетных средств с указанием источников образования и направлений использования этих средств, является ...                                                                                                                       | ПК-13 |
| 28. | Ж            | К целевой аудитории фандрайзинга относятся:<br>А) родители,<br>Б) предприниматели,<br>В) благотворительные фонды-доноры,<br>Г) выпускники,<br>Д) органы власти,<br>Е) добровольцы/волонтеры,<br>Ж) все перечисленные.                                                                     | ПК-13 |
| 29. | обмен        | Процесс удовлетворения потребностей одной стороной и получение искомых выгод другой стороной раскрывается через понятие ...                                                                                                                                                               | ПК-13 |
| 30. |              | Обмен состоится при наличии пяти необходимых условий. Назовите их.                                                                                                                                                                                                                        | ПК-10 |
| 31. |              | Сущность маркетинга в отличие от других видов человеческой деятельности – ...                                                                                                                                                                                                             | ПК-10 |
| 32. | Спрос        | ... – это потребность в определенных услугах, подкрепляемая способностью в их приобретении.                                                                                                                                                                                               | ПК-10 |

## 2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оце-

нивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

*Рейтинговая система оценки не предусмотрено для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.*

### **3. Критерии оценивания компетенций**

**Оценка «отлично»** выставляется студенту, если он на высоком уровне использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта; на высоком уровне использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере; на высоком уровне применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.

**Оценка «хорошо»** выставляется студенту, если он хорошо использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта; хорошо использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере; хорошо применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий..

**Оценка «удовлетворительно»** выставляется студенту, если он отчасти использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта; отчасти использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере; отчасти применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.

**Оценка «неудовлетворительно»** выставляется студенту, если он не использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта; не использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере; не применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий..

**Оценка «зачтено»** выставляется студенту, если выставляется студенту, если изучаемый материал освоен полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

**Оценка «не зачтено»** выставляется студенту, если выставляется студенту, если он допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.