



Asociación Española de Fundaciones

Madrid
School of
Marketing

msmk

CERTIFICADO EUROPEO DE FORMACIÓN EN FUNDRAISING

aefundraising
Asociación Española de Fundraising

EFA
CERTIFICATION
Excellence in Fundraising Training

ÁREA DE MARKETING ESSENTIALS

A.- PROGRAMAS SUPERIORES

Programa Superior de Marketing Estratégico
Programa Superior en Planificación de Marketing
Programa Superior en Desarrollo Táctico dentro de los Canales de Distribución
Programa Superior en Marketing Intelligence
Programa Superior en Marketing Digital
Programa Superior en Dirección de Marketing Digital
Programa Superior en Dirección de Marketing
Programa Superior en Finanzas y Control para la Dirección de Marketing
Programa Superior en Comunicación y Marketing del Deporte

> **Certificado Europeo de Formación en Fundraising**

B.- PROGRAMAS AVANZADOS

Programa Executive en Branding
Programa Executive en Retail Marketing
Programa Executive en CRM
Certificado Universitario de Marketing Avanzado
Programa Avanzado en Marketing Experiencial: De la Estrategia a la Creatividad
Programa Avanzado de Gestión de Marketing
Programa Avanzado en Gestión Práctica de Fundraising

MADRID SCHOOL OF MARKETING

C/ Príncipe de Vergara, 43
28001 Madrid
T(+34) 91 781 69 62
info@msmk.es
www.msmk.es

La Escuela especializada en Marketing.

EXECUTIVE EDUCATION

Programa Máster (> 300 hrs.)
> **Programa Superior (100-299 hrs.)**
Programa Avanzado (30-99 hrs.)
Seminario (8-29 hrs.)
Conferencia / Jornada / Foro / Taller (1-7 hrs.)

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

Partimos de la necesidad de mejorar el nivel de formación de los “fundraisers”, a fin de que las organizaciones para las que trabajan dispongan de más medios económicos, y puedan aumentar sus actividades e impacto social. El Certificado Europeo de Formación en Fundraising incide en los aspectos de las disciplinas de marketing y comunicación más críticos en la captación de fondos.

DIRIGIDO A

El Certificado Europeo de Formación en Fundraising se dirige a todas las personas que trabajen, ya sea de forma remunerada o voluntaria, en la captación de fondos para ONL o empresas que prestan servicios en este campo.

A quienes se dedican en exclusiva a esta actividad, o están en contacto con ella, en asociaciones, fundaciones, universidades, Escuelas de Negocios, teatros, museos, centros de investigación, etc. También al personal de agencias de publicidad y marketing, consultores y otros profesionales vinculados al tercer sector.

PROGRAMA

QUÉ VOY A APRENDER

- Conocer e identificar los fundamentos en la dirección y gestión de una estructura de captación de fondos
- Ponderar la captación de fondos de nuevos donantes, e incrementar de las donaciones regulares existentes
- Analizar el proceso y motivaciones de los donantes
- Comprender el valor potencial de cada una de las fuentes de ingresos
- Aplicar los fundamentos de marketing directo e interactivo en la captación de fondos
- Construir de ofertas para la captación de fondos
- Aplicar las nuevas tendencias, estrategias y mecánicas
- Diseñar, planificar e implementar un programa de captación de fondos

1. ÁREA DE ENSEÑANZA: CONTEXTO SOCIO-CULTURAL DEL FUNDRAISING

- EL TERCER SECTOR
 - El Tercer sector y la captación de fondos
 - El mercado de la captación de fondos
 - El entorno de los donantes
- LAS DIMENSIONES LEGALES, CULTURALES Y ETICAS DE LA CAPTACIÓN DE FONDOS
 - Ética y captación de fondos
 - Técnicas e instrumentos de rendición de cuentas

2. ÁREA DE ENSEÑANZA 2: LA DIRECCIÓN DEL FUNDRAISING

- DIRECCIÓN Y GESTIÓN INSTITUCIONAL PARA LA CAPTACIÓN DE FONDOS
 - Visión y misión institucional
 - Posicionamiento y análisis de mercado
 - Definición de la marca e Identidad corporativa
 - Gestión de recursos económicos, humanos y técnicos
- ORGANIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA CAPTACIÓN DE FONDOS
 - Organigrama y modelos de organización
 - Estructura básica y estructura de mando
 - Integración del factor humano: interdepartamental,

remunerado, voluntario
- Gestión de sistemas de información necesarios.

- GESTIÓN FINANCIERA
 - Planificación y control presupuestario
 - Trabajo con proveedores
 - Gestión de calidad y control de eficacia

3. ESTRATEGIAS DE FUNDRAISING

- ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS DE PLANIFICACIÓN Y CAPTACIÓN
 - El ciclo de la captación de fondos
 - Estrategias de planificación estratégica
- GESTIÓN DE RELACIONES CON LOS DONANTES
 - Motivos para la donación
 - Identificación y segmentación de donantes
 - Creación de la oferta de colaboración
 - Gestión de relaciones con donantes
- TÉCNICAS DE ANÁLISIS
 - DAFO
 - Análisis de partes interesadas
 - Análisis STEP
 - Análisis de la competencia
- LA FIDELIZACIÓN DE SOCIOS Y DONANTES
 - El valor de la vida del donante
 - Herramientas de fidelización
 - Estrategias de fidelización y desarrollo del compromiso del donante





4. MÉTODOS DE CAPTACIÓN DE FONDOS

- COMUNICACIÓN Y FUNDRAISING
 - Relación entre el conocimiento público y la captación
- CANALES DE CAPTACIÓN DE FONDOS
 - Correo directo
 - Fundraising on-line
 - Fundraising telefónico
 - Cara a cara o diálogo directo
 - Merchandising
 - Legados
 - Eventos
 - La estrategia multicanal
- APTITUDES PARA LA CAPTACIÓN DE FONDOS
 - Autogestión
 - Trabajo de equipo
 - Comunicación
- HERRAMIENTAS PARA LA CAPTACIÓN DE FONDOS
 - Base de datos
 - Investigación de mercado
 - Técnica de evaluación

5. FORMAS DE CAPTACIÓN DE FONDOS

- DONACIONES DE PERSONAS FÍSICAS
 - Tipos de aportaciones de particulares
- CAPTACIÓN DE FONDOS DE EMPRESAS
 - Responsabilidad social y acción social empresarial

- Proceso de la gestión de la colaboración empresarial
- Creación de la estructura de la colaboración empresarial
- GRANDES DONANTES
 - Elementos del programa de captación de grandes donantes
 - Motivaciones y gestión de la relación con grandes donantes
- FINANCIACIÓN DE FUNDACIONES FILANTRÓPICAS
 - Proceso de la gestión de la colaboración con fundaciones filantrópicas
- FINANCIACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
 - Del proyecto de la subvención
 - Financiación de la administración central y descentralizada
 - Financiación europea

6. IMPLICACIONES JURÍDICAS DEL FUNDRAISING

- PROTECCIÓN DE DATOS
- FISCALIDAD Y CAPTACIÓN DE FONDOS

FICHA TÉCNICA

Duración del programa: 5 meses aproximadamente

Nº de horas: 350

Sesiones: De L a X de 18:00 a 21:00 hrs.

Metodología

El método MSMK se implementa en el aula impartiendo un módulo diferente cada día de la semana. Es decir los módulos se imparten verticalmente intercalando la resolución de casos entre cada sesión. Sesiones donde el alumno participa activamente mediante el trabajo en equipo afrontando retos de negocio basados en el método del caso aplicado a situaciones complejas y reales. De esta forma, se desarrollan las competencias y habilidades profesionales necesarias que hoy día necesita cualquier directivo de marketing, fomentando la toma de decisiones rápida basada en el análisis del entorno.

Esta metodología permite enriquecer e interiorizar los conocimientos aplicados del alumno mediante la supervisión de los diferentes profesionales del claustro que intervienen y que compaginan su actividad profesional en la empresa con MSMK para conseguir desarrollar con éxito el modelo de formación de alto rendimiento desarrollado por la Escuela.

Documentación

Los participantes recibirán las notas técnicas, documentación a preparar y otros necesarios, para la realización y aprovechamiento con éxito de programa

Diploma

Los participantes, serán evaluados tanto individualmente como en equipo sobre su rendimiento y resultados. Los participantes que hayan realizado con éxito el programa, recibirán un diploma acreditativo. La titulación tendrá los avales profesionales de: **MSMK, Asociación Española de Fundraising, European Fundraising Association, Asociación Española de Fundraising, European Fundraising Association**

Lugar de realización

El Programa se realizará en la sede de Madrid School of Marketing, Calle Príncipe de Vergara, 43. 28001 - Madrid.

Alojamiento

Con el objeto de facilitar el alojamiento a las personas de fuera de Madrid, MSMK tiene acuerdos de colaboración con Hoteles y Aparta-hoteles cercanos a la Escuela.