

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PRÁCTICA EN FUNDRAISING (CEPF) (60 horas):

Proposición Única de Venta:

✓ Aprenderás a utilizar un amplio abanico de técnicas y herramientas de gestión necesarias para planificar campañas de captación de fondos efectivas en entidades no lucrativas+

Objetivos generales CEPF:

El programa de formación incide en los aspectos de las disciplinas de fundraising, marketing y comunicación más críticos en la captación de fondos:

Objetivos específicos:

- ~ Los fundamentos en la dirección y gestión de una estructura de captación de fondos;
- ~ La captación de fondos de nuevos donantes, e incremento de las donaciones regulares existentes;
- ~ El proceso y motivaciones de los donantes;
- ~ El entendimiento del valor potencial de cada una de las fuentes de ingresos;
- ~ La aplicación de los fundamentos del marketing directo e interactivo en la captación de fondos;
- ~ La construcción de ofertas para la captación de fondos;
- ~ La aplicación de las nuevas tendencias, estrategias y mecánicas;
- ~ El diseño, la planificación y la implementación de un programa de captación de fondos.

A quién va dirigido:

El Programa se dirige a:

- ~ Las personas que trabajen, ya sea de forma remunerada o voluntaria, en la captación de fondos para ENL o empresas que prestan servicios en este campo.
- ~ Quienes se dedican en exclusiva a esta actividad, o están en contacto con ella, en asociaciones, fundaciones, universidades, escuelas de negocio, teatros, museos, centros de investigación, etc.
- ~ Personal de agencias de publicidad y marketing, consultores y otros profesionales vinculados al tercer sector.
- ~ Profesionales generalistas que tienen que reunir competencias de gestión y un conocimiento amplio de las diversas técnicas al uso.
- ~ Fundraisers+con experiencia, que buscan una panorámica más amplia de esta disciplina que incrementará sus competencias y desarrollo profesional.

Titulación:

~ Diploma de Especialización Práctica en Fundraising firmado por la Asociación Española de Fundraising

Programa:

MODULO 1. CONTEXTO SOCIAL CULTURAL DEL FUNDRAISING

- ~ Contexto del Fundraising
- ~ Entorno de donantes: particulares
- ~ Legislación relativa a fiscalidad y protección de datos

- ~ Entorno de donantes: fundaciones y empresas
- ~ Legislación relativa a fundaciones y empresas
- ~ Entorno de donantes: organismos públicos
- ~ Legislación relativa a las subvenciones

MODULO 2. LA DIRECCIÓN DEL FUNDRAISING

- ~ Dirección de fundraising
- ~ Organización y métodos en una estructura de fundraising
- ~ Dirección financiera
- ~ Transparencia y rendición de cuentas

MODULO 3. ESTRATEGIAS DE CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN

- ~ La aplicación de técnicas de marketing y comunicación para la captación de fondos
- ~ Creación de la oferta: AIDCA
- ~ Comunicación a través del mailing
- ~ Comunicación a través del marketing digital
- ~ Comunicación a través del teléfono móvil
- ~ Comunicación a través del telemarketing
- ~ Comunicación a través de medios cara a cara
- ~ Venta de merchandising
- ~ Comunicación y relaciones públicas
- ~ Legados
- ~ Negociación para grandes donantes
- ~ Fidelización y satisfacción en la captación de fondos

MODULO 4. GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE COMIENZO A FIN

- ~ Planificación estratégica de la campaña y análisis previo
- ~ Realización de test y medición de resultados. Cierre de campaña
- ~ Elaboración de memoria. Conclusiones

Examen y presentación de proyectos