Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента образовательной политики
Дата подписания: 06.10.2025 12:29:41
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет Экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ

Декан

_____ /А.В. Назаренко/

«27» февраля 2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Краудфандинг»

Направление подготовки

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки **«Продюсирование в креативных индустриях»**

Квалификация (степень) выпускника

Магистр

Форма обучения

Очная, очно-заочная

Москва 2025 г.

Разработчик(и):

Доцент кафедры РиСОМ, к.псх.н., доцент  /А.С. Филонова/

Согласовано:

Заведующий кафедрой «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии», к.э.н., доцент  /Ю.О. Алтунина/

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы....5
3. Структура и содержание дисциплины....5
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения)....5
3.2 Тематический план изучения дисциплины 6
3.3 Содержание дисциплины 7
3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 10
3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ) 13
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение....13
4.1 Нормативные документы и ГОСТы 13
4.2 Основная литература 14
4.3 Дополнительная литература....14
4.4 Электронные образовательные ресурсы 14
4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 14
4.6 Современные профессиональные базы данных и информационныесправочные системы 14
5. Материально-техническое обеспечение....15
6. Методические рекомендации 15
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения....15
6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 16
7. Фонд оценочных средств 18
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения....19
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения 20
7.3 Оценочные средства 23

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

К основной **цели** изучения обучающимися дисциплины «Краудфандинг» следует отнести формирование у обучающихся целостного представление о краудфандинге как инновационном инструменте финансирования и продвижения проектов в креативных индустриях, овладение технологиями проектирования и реализации краудфандинговых кампаний, а также развитие навыков анализа, управления и оценки их эффективности в профессиональной деятельности.

К основным **задачам** освоения дисциплины «Краудфандинг» обучающимися следует отнести:

- Изучение истории, моделей и форм краудфандинга, а также его места в креативных индустриях.
- Освоение технологий подготовки, запуска и сопровождения краудфандинговых кампаний на цифровых платформах.
- Формирование навыков продвижения проектов с использованием PR-инструментов, маркетинга и работы с сообществами.
- Овладение методами оценки эффективности кампаний, выявления рисков и управления проектами на основе краудфандинга.
- Знакомство с правовыми и этическими аспектами краудфандинга, а также развитие творческих навыков проектирования и презентации кампаний.

Обучение по дисциплине «Краудфандинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	**Индикаторы достижения компетенции**
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Курс «Краудфандинг» формирует заявленные компетенции в интеграции со следующими дисциплинами и практиками ОПОП: «Технологии рекламы и связей с общественностью», «Теория коммуникаций», «Событийный маркетинг», «Стратегия SMM и таргетинга в медиасфере», «Производственная практика (научно-исследовательская работа», «Производственная практика» (профессионально-творческая)», «Преддипломная практика».

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			2	-
1	**Аудиторные занятия**	**36**	**36**	
	В том числе:			
1.1	Лекции	18	18	
1.2	Семинарские/практические занятия	18	18	
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**36**	**36**	
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	36	36	
2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию			
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен			
	Итого	**72**	**72**	

3.1.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			4	-
1	**Аудиторные занятия**	**36**	**36**	
	В том числе:			
1.1	Лекции	18	18	
1.2	Семинарские/практические занятия	18	18	
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**36**	**36**	
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	36	36	
2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию			
3	Промежуточная аттестация			
	Зачет/диф.зачет/экзамен	**36**	**36**	
	Итого	**72**	**72**	

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темыдисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
2 семестр							
1	Тема 1. История и эволюция краудфандинга	8	2	2			4
2	Тема 2. Модели и формы краудфандинга	8	2	2			4
3	Тема 3. Краудфандинговые платформы	8	2	2			4
4	Тема 4. Правовое регулирование и этика краудфандинга	8	2	2			4
5	Тема 5. Стратегия краудфандинговой кампании	8	2	2			4
6	Тема 6. Коммуникации и PR в краудфандинге	8	2	2			4
7	Тема 7. Финансовое планирование и управление средствами	8	2	2			4
8	Тема 8. Методы оценки эффективности краудфандинговых кампаний	8	2	2			4
9	Тема 9. Краудфандинг в системе креативных индустрий и инновационного предпринимательства	8	2	2			4
	Итого:	**72**	**18**	**18**	**0**	**0**	**36**

3.2.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Разделы/темыдисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
4 семестр							
1	Тема 1. История и эволюция краудфандинга	8	2	2			4
2	Тема 2. Модели и формы краудфандинга	8	2	2			4
3	Тема 3. Краудфандинговые платформы	8	2	2			4
4	Тема 4. Правовое регулирование и этика краудфандинга	8	2	2			4
5	Тема 5. Стратегия краудфандинговой кампании	8	2	2			4
6	Тема 6. Коммуникации и PR в краудфандинге	8	2	2			4
7	Тема 7. Финансовое планирование и управление средствами	8	2	2			4
8	Тема 8. Методы оценки эффективности краудфандинговых кампаний	8	2	2			4
9	Тема 9. Краудфандинг в системе креативных индустрий и инновационного предпринимательства	8	2	2			4
	Итого:	**72**	**18**	**18**	**0**	**0**	**36**

3.3 Содержание дисциплины

1. История и эволюция краудфандинга

Предпосылки: благотворительные подписки, народные сборы, pre-order-модели в книгоиздательстве, фан-клубы и фан-патронаж как протокраудфандинг.

Переход к цифровым платформам: Web 2.0, социальные сети, платёжные шлюзы, снижение транзакционных издержек, эффект сетей.

Хронология ключевых этапов в мире и в России; формирование жанровых ниш (музыка, кино, настольные игры, дизайн, технологические гаджеты, социальные проекты).

Краудфандинг и экономика создателей (creator economy): Patreon-подписки, модель «1000 true fans», комьюнити как актив.

Роль краудфандинга в креативных индустриях: валидация идеи, маркетинговая разведка, ранние продажи, доказательство спроса для инвесторов/грантодателей.

Эволюция от «разовых сборов» к многоцикловым релизам и гибридным моделям (донаты + предзаказы + долевое участие).

2. Модели и формы краудфандинга

Donation (пожертвования): общественная миссия, NPO/социальные проекты, нематериальная выгода вкладчика. Риски: «усталость доноров», зависимость от повестки.

Reward (вознаградительный): pre-order, ограниченные тиражи, ранний доступ, мерч; ключевые параметры — unit-economics, логистика, себестоимость вознаграждений.

Equity (краудинвестинг): обмен на долю/ценные бумаги через инвестиционные платформы; требования к раскрытию информации, защита миноритариев.

Lending (краудлендинг/P2P-займы): ставка, срок, обеспечение; роль скоринга, дефолт-риск.

Подписка/меценатство: регулярные платежи за контент/доступ (Patreon-типология уровней).

Смешанные модели: комбинирование (например, reward + подписка; donation + грантовое софинансирование).

Критерии выбора модели: тип проекта (культура/тех), стадия готовности, правовая среда, налоговые последствия, портрет аудитории.

3. Краудфандинговые платформы

Международные площадки и их специализация: проектная модерация, «всё или ничего» vs «гибкая цель», географические и валютные ограничения.

Российские площадки: тематические окна (культура/соц), работа с юрлицами и физлицами, интеграции с платёжными системами, требования к материалам.

Алгоритмы внутренних витрин: важность раннего « traction » (сбор 20–30% цели в первые 48–72 часа), социальное доказательство.

Комиссии и издержки: платформа, процессинг, налоги, возвраты/chargebacks; планирование в бюджете кампании.

Вспомогательная инфраструктура: лендинги, конструкторы сторителлинга, встраиваемые виджеты, веб-аналитика, CRM-интеграции.

Критерии выбора платформы: аудитория, жанровая ориентация, PR-поддержка, правила вознаграждений/доставки, юридические условия.

4. Правовое регулирование и этика краудфандинга

Российская рамка для инвестиционных платформ (в т.ч. закон 2019 г.), базовые требования к платформам и эмитентам; различия правовых режимов donation/reward vs equity/lending.

Договорные конструкции: оферта, пользовательское соглашение, политика возвратов, IP-права (авторское право, лицензирование контента, право на изображение).

Налогообложение: квалификация поступлений (выручка/пожертвования/инвестдоход), НДС для reward-модели, НДФЛ/налог на прибыль; документирование поставок и закрывающих документов. Комплаенс и KYC/AML на инвестиционных платформах; защита персональных данных.

Этические принципы: прозрачность цели и сметы, реалистичность обещаний, честные сроки, публичная отчётность перед бэкерами, корректная коммуникация при задержках и форс-мажоре. Риски и ответственность: недопоставка, изменения спецификации, отмена проекта; механизмы медиации и репутационного восстановления.

5. Стратегия краудфандинговой кампании

Диагностика проекта: ценностное предложение (Value Proposition), проблема/решение, уникальность и доказательства.

Цели и KPI: финансовые (цель сбора, средний взнос, маржа), маркетинговые (охват, вовлечённость, подписки), продуктовые (валидация гипотез).

Выбор модели и платформы; определение целевой аудитории (JTBD-подход, персоны, инсайты), сегменты ранних сторонников (core fans).

Карта кампании (Roadmap): pre-launch (тихая фаза, сбор e-mail, тизеры), launch (первые 72 часа — пик), mid-campaign (активности/коллаборации), final push (последние 72 часа).

Контент-пакет: видео-питч (30–120 сек, структура: боль → решение → команда → call-to-action), ключевые визуалы, описание уровней вознаграждений, FAQ.

Реферальные и партнерские механики: кросспромо, совместные стримы, амбассадоры, бонусы за рекомендации.

Риск-менеджмент: матрица рисков (вероятность/влияние), планы смягчения (логистика, производство, правовые риски).

Документация проекта: WBS (структура работ), Gantt-план, чек-лист посткампании (закуп, производство, фулфилмент, отчётность).

6. Коммуникации и PR в краудфандинге

Сторителлинг: нарратив проекта (миссия, «почему сейчас», «почему мы»), драматургия и социальное доказательство; визуальная айдентика и бренд-тон.

Каналы: собственные (сайт/лендинг, рассылка, соцсети), заработанные (публикации, подкасты, блоги), платные (таргет в соцсетях, поисковая реклама, нативные интеграции).

Контент-календарь: предпросмотры, making-of, лайвы/AMA-сессии, «stretch-goals», апдейты бэкерам (тон, частота, структура).

Работа с сообществами: создание ядра «суперфанов», дискорд/телеграм-комьюнити, механики UGC (посты/арты/видео), геймификация и сезонные поводы.

Инфлюенсеры: отбор (аудитория/бренд-fit/ER), бриф, unique links, пост-анализ эффекта.

PR-питч для медиа: новостной повод, медиакит, кастомизация писем под редакции, прайм-тайм выхода, медиаметрия.

Репутационные сценарии: реакция на негатив, опровержения, открытые отчёты, кейс-коммуникация «что пошло не так и что сделали».

7. Финансовое планирование и управление средствами

Бюджет кампании: **COGS** (производство), логистика/фулфилмент, упаковка, комиссии/процессинг, маркетинг/PR, налоги, резерв на риски.

Ценообразование вознаграждений: себестоимость + маржа + логистика; оптимальная лестница уровней (entry-уровень, «sweet spot», премиум-уровни), лимитированные тиражи.

Расчёт целевой суммы: цель = (фиксированные затраты + переменные на предполагаемый тираж + комиссионные + налоги + резерв) / средний взнос × требуемая конверсия.

Кэш-флоу и кассовые разрывы: авансовые платежи, этапность закупок, договорённости с поставщиками, страхование поставок.

Фулфилмент: стратегии (in-house vs 3PL), международные отправки, таможня и инвойсирование, трекинг, возвраты/обмены.

Учёт и отчётность: подтверждающие документы для бэкеров (чеки/акты), налоговые обязательства, управленческая отчётность по итогам кампании.

8. Методы оценки эффективности краудфандинговых кампаний

Воронка и метрики: показы → клики → визиты лендинга → подписки/лиды → бэкеры → повторные взносы.

KPI: конверсия в бэкеров (Backers/Unique Visitors), средний взнос (Total Funds/Backers), CAC (затраты на привлечение), ROMI/ROAS, доля ранних взносов, динамика по дням.

Аналитика платформ: источники трафика, коэффициенты конверсии по каналам, эффективность уровней вознаграждений, тепловые карты поведения.

Внешние инструменты: веб-аналитика (events, UTM-метки), мониторинг упоминаний, A/B-тесты креативов/заголовков/миниатюр.

Качественные индикаторы: сентимент-анализ, вовлечённость комьюнити, качество обратной связи, NPS бэкеров.

Пост-анализ: соответствие плану, факторы успеха/провала, lessons learned, обновление плейбука и чек-листов, подготовка к повторной кампании или масштабированию.

9. Краудфандинг в системе креативных индустрий и инновационного

предпринимательства

Позиционирование среди источников финансирования: гранты, спонсорство, предзаказы, венчур/BA, акселераторы; стратегии микс-финансирования (blended finance).

Роли краудфандинга: маркет-валидация, доказательство спроса для инвесторов, сбор комьюнити до выхода на розницу/дистрибьюцию.

Интеграция в продюсерские циклы: кино/музыка/игры/театр/дизайн/издательство; путь от пилота к релизу, от релиза к IP-монетизации.

Новые форматы и технологии: краудинвестинг и долевое участие, краудлендинг для МСБ, токенизация активов/royalty-sharing, блокчейн-реестры как прозрачность исполнения.

Региональные и международные перспективы: экспорт креативного контента, локализация кампаний, юридические и логистические барьеры.

Дорожная карта зрелости организации: от «кампания как событие» к «кампания как процесс» (портфельная стратегия, повторные релизы, LTV-подход к бэкерам).

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

2 семестр (очная форма), 4семестр (очно-заочная форма)

1. История и эволюция краудфандинга

Название семинарского занятия: «Исторические формы и этапы развития краудфандинга»
Цель: проанализировать становление и ключевые этапы эволюции краудфандинга.
Структура:

- Исторические примеры коллективного финансирования.
- Сравнение ранних цифровых проектов (Kickstarter, Planeta.ru).
- Задание: составить хронологическую схему развития краудфандинга.

Задания:

- Составьте хронологическую схему эволюции краудфандинга (от народных сборов до современных платформ).
- Подготовьте краткий доклад: «Первые успешные проекты на Kickstarter/Planeta.ru и их значение».
- Обсудите в группах: какие социальные и технологические факторы сделали возможным появление краудфандинга?

2. Модели и формы краудфандинга

Название семинарского занятия: «Классификация моделей краудфандинга и сферы их применения»
Цель: освоить типологию краудфандинговых моделей и определить их релевантность для разных проектов.
Структура:

- Характеристика donation-, reward-, equity- и lending-моделей.
- Дискуссия о применении различных моделей в креативных индустриях.

Задание:

- Распределить предложенные в ходе обсуждения проекты по оптимальным моделям.
- Заполните таблицу «Преимущества и риски» для donation-, reward-, equity- и lending-моделей.
- Сопоставьте тип проекта (социальный, творческий, технологический) с наиболее подходящей моделью краудфандинга.
- Обсудите в парах: какие факторы определяют выбор модели автором проекта?

3. Краудфандинговые платформы

Название семинарского занятия: «Платформы как экосистемы проектов»
Цель: сравнить функционал российских и международных краудфандинговых площадок.
Структура:

- Обзор платформ (Kickstarter, Patreon, Planeta.ru и др.).
- Анализ успешных проектов по структуре представления.

Задание:

- Сравните две платформы (российскую и зарубежную) по критериям: аудитория, комиссия, PR-поддержка, правила запуска.
- Найдите и проанализируйте страницу проекта на любой платформе: выделите сильные и слабые стороны оформления.
- Составьте мини-отчёт «Какая платформа оптимальна для музыкального альбома/настольной игры/социального стартапа?».

4. Правовое регулирование и этика краудфандинга

Название семинарского занятия: «Закон и доверие в краудфандинге»
Цель: выявить правовые и этические аспекты реализации краудфандинговых кампаний.
Структура:

- Основные положения законодательства РФ и зарубежной практики.
- Ситуационный анализ: последствия невыполнения обязательств.

Задание:

- Разработать план действий в конфликтной ситуации с вкладчиками.
- Решите кейс: автор собрал средства, но не смог выполнить обещания. Составьте план действий для сохранения доверия аудитории.
- Подготовьте краткий доклад: «Ключевые положения закона о краудфандинге в России».
- Составьте список «этических правил поведения автора кампании» (5–7 пунктов).

5. Стратегия краудфандинговой кампании

Название семинарского занятия: «Проектирование успешной кампании»
Цель: отработать навыки проектирования структуры краудфандинговой кампании.
Структура:

- Алгоритм планирования (цель, аудитория, платформа).
- Примеры стратегий pre-launch и final push.

Задание:

- Составить стратегический план гипотетического проекта.
- Разработайте «каркас стратегии» кампании: цель, аудитория, платформа, ключевые сообщения.
- Составьте календарь кампании (pre-launch, старт, середина, финальный рывок).
- В группах смоделируйте стратегию для конкретного проекта (например, выпуск книги, короткометражного фильма, IT-продукта).

6. Коммуникации и PR в краудфандинге

Название семинарского занятия: «Сторителлинг и работа с сообществами»
Цель: развить умения по построению коммуникационной стратегии кампании.
Структура:

- Анализ видеопрезентаций проектов.
- Роль лидеров мнений и блогеров.

Задание:

- Составить коммуникационный план (3 канала, ключевые сообщения).
- Проанализируйте видеопрезентацию успешного проекта: выделите элементы сторителлинга.
- Разработайте текстовое описание для учебного проекта (до 1000 знаков).
- Составьте коммуникационный план: выберите три канала (например, соцсети, рассылка, блогеры) и опишите действия в каждом.

7. Финансовое планирование и управление средствами

Название семинарского занятия: «Бюджет кампании: риски и расчёты»
Цель: освоить методы финансового планирования в краудфандинге.
Структура:

- Структура бюджета кампании.
- Разбор типичных ошибок при расчёте вознаграждений.

Задание:

- Составьте упрощённую смету: минимальная сумма сбора, статьи расходов (производство, маркетинг, комиссия).
- Рассчитайте стоимость одного вознаграждения и предложите 3 уровня для вкладчиков.
- Обсудите в группе: какие риски чаще всего приводят к финансовым проблемам кампаний?
- подготовить упрощённую смету проекта.

8. Методы оценки эффективности краудфандинговых кампаний

Название семинарского занятия: «Как измерить успех кампании?»
Цель: научиться применять метрики эффективности краудфандинга.
Структура:

- Ключевые показатели (KPI): сумма, число вкладчиков, конверсия.
- Использование статистики платформ и внешней аналитики.

Задание:

- Рассчитать эффективность кампании на основе учебных данных.
- Рассчитайте KPI по учебным данным: количество посетителей – 5000, число вкладчиков – 200, сумма сборов – 800 000 руб.
- Обсудите: что важнее – сумма сборов или количество вкладчиков?
- Составьте список «5 индикаторов успешной кампании» (финансовые и нефинансовые).

9. Краудфандинг в системе креативных индустрий и инновационного предпринимательства

Название семинарского занятия: «Краудфандинг и его место в системе финансирования креативных индустрий»
Цель: определить роль краудфандинга среди других инструментов поддержки проектов.
Структура:

- Сравнение с венчурным капиталом, грантами, акселераторами.
- Перспективы интеграции краудфандинга в продюсерские циклы.

Задание:

- Предложите модель комбинированного финансирования для проекта.
- Составьте сравнительную таблицу: краудфандинг vs гранты vs венчурные инвестиции (доступность, риски, роль комьюнити).
- Подготовьте доклад: «Как краудфандинг может быть первым шагом к привлечению венчурного капитала?»
- В группах предложите модель комбинированного финансирования для конкретного проекта (например, спектакль или IT-приложение).

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Курсовая по дисциплине не предусмотрена.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) \ КонсультантПлюс - https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/(дата обращения: 17.09.2025).

2. "КонсультантПлюс" - законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления Правительства Российской Федерации, нормативные акты - https://www.consultant.ru/(дата обращения: 17.09.2025).

3. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (с изменениями и дополнениями). Утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. N 528.

4. ГАРАНТ - Законодательство (кодексы, законы, указы, постановления) РФ, аналитика, комментарии, практика.- https://www.garant.ru/ (дата обращения: 17.09.2025).

4.2 Основная литература

1. Лапидус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лапидус. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 479 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-018513-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2001678 (дата обращения: 24.09.2025). – Режим доступа: по подписке.
2. Спиридонова, Е. А. Основы инновационной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. А. Спиридонова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 314 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17862-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/566727 (дата обращения: 24.09.2025).

4.3 Дополнительная литература

1. Актуальные проблемы блокчейн-технологий в финансовом праве : учебное пособие для магистратуры / под ред. Е.Ю. Грачевой, Л.Л. Арзумановой. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2025. — 96 с. - ISBN 978-5-00156-108-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2195580 (дата обращения: 24.09.2025). – Режим доступа: по подписке.
2. Спиридонова, Е. А. Управление инновациями : учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17890-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/564670 (дата обращения: 24.09.2025).
3. Шевчук, И. А. Социальное предпринимательство : учебное пособие / И. А. Шевчук, Е. Л. Цай. - Москва : Директ-Медиа, 2023. - 128 с. - ISBN 978-5-4499-3387-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2144552 (дата обращения: 24.09.2025). – Режим доступа: по подписке.

4.4 Электронные образовательные ресурсы

В разработке

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

4.3.1 Microsoft Windows 10 Pro
4.3.2 Microsoft Office 2007
4.3.3 KasperskyAnti-Virus

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационныесправочные системы

1. Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов. https://urait.ru/?
2. Brand Analytics - система мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ https://br-analytics.ru/
3. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.corpmedia.ru/
4. База данных Ассоциации коммуникационных агентств

России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.akarussia.ru/node/5025

5. База данных Интернет-сообщества профессиональных менеджеров[Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.e-xecutive.ru
6. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: https://openedu.ru/course/
7. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ramu.ru/ramu-program.php
8. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pr-club.com/
9. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pressservice.ru/terms/141/
10. Энциклопедия маркетинга. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru
11. Planeta.ru — Российская краудфандинговая платформа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://planeta.ru/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=12828020&utm_content=&utm_term=краудфандинг%20платформы&yclid=5788585944085954 55

5. Материально-техническое обеспечение

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций.
2. Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля ипромежуточной аттестации.
3. Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы и курсового проектирования.
4. Библиотека, читальный зал.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Данный раздел настоящей рабочей программы предназначен для начинающих преподавателей и специалистов-практиков, не имеющих опыта преподавательской работы.

Дисциплина «Краудфандинг» является дисциплиной части , формируемая участниками образовательного процесса блока Б1 «Дисциплины (модули)» учебного плана и обеспечивает формирования компетентности в тесной связи с другими дисциплинами учебного плана.

В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который наряду с традиционной ролью носителя знания выполняет функцию организатора научно-поисковой работы обучающегося, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «Краудфандинг».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Краудфандинг» осуществляется по последовательно-параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОП

и рабочего учебного плана по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Изучение курса рассчитано на один семестр: 1 семестр для очной и 4 - для очно-заочной формы обучения.

Виды учебной работы и трудоемкость, тематический план изучаемой дисциплин и содержание представлена в п. 3.1.1 -3.1.3; 3.2.1. -3.2.3 и 3.3.1 -3.3.3. данной рабочей программы. Проведение практических занятий ориентировано на использование заданий дляпрактических занятий по дисциплине «Краудфандинг». Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «Краудфандинг» рассматривается в п.3.3. рабочей программы. Тематика практических занятий представлена в п.3.4. данной рабочей программы.

Методы контроля и оценивания результатов обучения и шкалы и критерии оцениванияпо результатов обучения обучающегося по дисциплине «Краудфандинг» представлена в п.7.1 и 7.2. программы.

Примерные варианты заданий для текущего контроля и промежуточной аттестации (перечень вопросов к зачету по дисциплине «Краудфандинг») представлены в п.7.3.1. и 7.3.2 к рабочей программе. Форма итогового контроля по дисциплине –зачет.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, необходимых в ходе преподавания, а также ссылка на электронный образовательный ресурс дисциплины «Краудфандинг», приведен в п.4 настоящей рабочей программы.

Преподаватель формирует у обучающегося следующие навыки: выбора систем ИИ по назначению и для предметной области, определяемой учебной дисциплиной с учетом жизненного цикла систем ИИ, на основе принципа максимизации пользы человеку; добровольное и добросовестное информирование о применении ИИ, навык маркировки применения ИИ; соблюдения положения законодательства, регулирующего использование ИИ; ответственности через осознание универсальной личной обязанности этического использования систем ИИ, влекущего последствия применения ИИ; поиск лучших практик применения ИИ в предметной области, формируемой учебной дисциплиной, коллаборацией вузов и индустриальными партнерами; понимания набора данных, алгоритмов и методов обработки данных, применяемые для группирования, классификации, типизации и определения факторов; осмысленной работы с искусственным интеллектом, избегая бездумного копирования готовых решений прикладных задач

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение дисциплины рассчитано на один семестр и изучение заканчивается зачетом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса. Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции. В процессе лекции важно понять цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно

слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко фиксируйте ключевые моменты, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компонуйте новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применениемее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работастудентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения. Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной, путем «подвешивания» в системе СДО).

Современный студент должен уметь эффективно применять технологии и инструменты ИИ, используемые для поиска информации, выбора и применения данных, генерации идей и объектов, создаваемых ИИ, но при этом соответствовать кодексу этики в сфере ИИ и авторского права, критически оценивать полученные результаты, проверять достоверность источников и адаптировать материал под конкретные учебные задачи.

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она

включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентампредлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Тестирование. Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет обучающемуся оценить свои знания по дисциплине. В системе СДО обучающийся выполняеттесты по изучению каждой темы. Изучение курса заканчивается итоговым проверочным тестом, в котором собраны задания по каждой из ранее изученных тем. Примерные вопросы теста представлены в п.7.3.1 рабочей программы.

Зачет. Подготовка к нему ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется два теоретических вопроса. С вопросами к зачетуу необходимо ознакомится заранее, не откладывая подготовку к зачету на последний момент. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

Итоговая оценка по дисциплине также может быть сформирована преподавателем по результатам активной работы на семинарских занятиях (выступление с докладами, презентациями, обзорами), выполнениями заданий и прохождение всех тестов в системе СДО.

СДО Московского Политеха. Электронный образовательный ресурс по данной дисциплине находится в системе СДО Московского Политеха и содержит все основные лекционные и семинарские материалы по каждой теме, презентационные дополнительные материалы, задания для обязательного выполнения, а также промежуточные и итоговый тесты. Прохождение промежуточных тестов рекомендуется после изучения каждой темы. В то время, как прохождение итогового теста заявлено по изучению всех тем.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

Текущим контролем в ходе освоения дисциплины обучающимися является: оценивание подготовки и выполнения заданий к практическим/семинарским занятиям, которые оцениваются преподавателем; выполнение тестов, представленные в системе СДО электронного образовательного ресурса, по изучению каждой из тем курса, а также итогового теста, которым завершается изучение дисциплины в семестре. Также методами контроля и оценивания результатов является устный опрос и подготовка и выступление с докладами и презентацией.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Краудфандинг» в семестре – зачет. Вопросы к зачету представлены в п.7.3.2 данной рабочей программы.

Шкалы и критерии оценивания результатов обучения представлены в п.7.2.

Код и наименование компетенций	**Индикаторы достижения компетенции**	**Форма контроля**	**Этапы формирования (разделы дисциплины)**
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов	**Промежуточный контроль:** зачет **Текущий контроль:** опрос на практических занятиях; выступление с подготовленным докладом; выполнение заданий по каждой теме индивидуально и в группе, тестирование	Темы 1 -9

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции	Форма контроля	Этапы формирования (разделы дисциплины)
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	**Промежуточный контроль:** зачет**Текущий контроль:** опрос на практических занятиях; выступление с подготовленным докладом; выполнение заданий по каждой теме индивидуально илив группе, тестирование	Темы 1 -9

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

7.2.1 Критерии оценки ответа на зачете

(формирование компетенций: УК-2, индикаторы: ИУК-1.1., ИУК-2.2., ИУК-2.3.; компетенции ПК-3, индикаторы: ПК-3.1, ПК-3.3.)

ЗАЧТЕНО

Обучающийся демонстрирует системные теоретические знания в области краудфандинга, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры из практики, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

Обучающийся:

- Знает историю и этапы развития краудфандинга, современные модели и формы (donation, reward, equity, lending, подписка);
- Знает основные российские и международные краудфандинговые платформы, их функционал, правила запуска и продвижения проектов;
- Знает правовые основы краудфандинга в России и за рубежом, включая законодательство, налогообложение, договорные аспекты и этические принципы;
- Умеет разрабатывать стратегию краудфандинговой кампании: формулировать цель, определять целевую аудиторию, подбирать платформу и планировать этапы;
- Умеет создавать коммуникационные и PR-стратегии для кампаний, использовать сторителлинг, медиа и социальные сети для привлечения и удержания вкладчиков;
- Владеет методами финансового планирования кампании: расчётом бюджета, себестоимости вознаграждений, прогнозом сборов и управления средствами;
- Умеет оценивать эффективность краудфандинговых кампаний с помощью количественных и качественных показателей, интерпретировать результаты и формировать выводы;

- Знает роль краудфандинга в системе креативных индустрий и инновационного предпринимательства, понимает его связь с венчурным капиталом, грантами и акселераторами;
- Владеет навыками презентации краудфандинговых проектов и защиты мини-проектов на публичных мероприятиях, в том числе с использованием современных цифровых инструментов.

НЕ ЗАЧТЕНО

Обучающийся не демонстрирует системные теоретические знания в области краудфандинга, не владеет терминами, не делает аргументированные выводы и обобщения, не приводит примеры, не показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

Обучающийся:

- Не знает историю, этапы развития и основные модели краудфандинга;
- Не знает российские и международные платформы и не понимает их специфики;
- Не знает правовые основы и не учитывает этические нормы проведения кампаний;
- Не умеет разрабатывать стратегию краудфандинговой кампании и определять целевую аудиторию;
- Не умеет использовать коммуникационные и PR-инструменты для продвижения проектов;
- Не владеет методами финансового планирования и расчёта бюджета кампании;
- Не умеет применять показатели и методы оценки эффективности краудфандинговых кампаний;
- Не понимает места краудфандинга в системе финансирования креативных индустрий и инновационного предпринимательства;
- Не владеет навыками подготовки и презентации краудфандинговых проектов.

7.2.2 Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

(формирование компетенций: УК-2, индикаторы: ИУК-1.1., ИУК-2.2., ИУК-2.3.; компетенции ПК-3, индикаторы: ПК-3.1, ПК-3.3.)

«5» (отлично): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

«4» (хорошо): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

«3» (удовлетворительно): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; студент ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

7.2.3 Критерии оценки доклада

(формирование компетенций: УК-2, индикаторы: ИУК-1.1., ИУК-2.2., ИУК-2.3.; компетенции ПК-3, индикаторы: ПК-3.1, ПК-3.3.)

«5» (отлично): тема доклада актуальна и раскрыта полностью; доклад подготовлен в установленный срок; оформление, структура и стиль изложения доклада соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; доклад выполнен самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; подготовлен доклад, излагаемый без использования опорного конспекта.

«4» (хорошо): тема доклада актуальна, но раскрыта не полностью; доклад подготовлен в установленный срок; оформление, структура и стиль изложения доклада соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; доклад выполнен самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; подготовлен доклад, излагаемый с использованием опорного конспекта.

«3» (удовлетворительно): тема доклада актуальна, но раскрыта не полностью; доклад подготовлен с нарушением установленного срока представления; оформление, структура и стиль изложения доклада не в полной мере соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; в целом доклад выполнен самостоятельно, однако очевидно наличиезаимствований без ссылок на источники; подготовлен доклад, излагаемый с использованием опорного конспекта.

«2» (неудовлетворительно): тема доклада актуальна, но не раскрыта; доклад подготовлен с нарушением установленного срока представления; оформление, структура и стиль изложения доклада не соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; в докладе очевидно наличие значительных объемов заимствований без ссылок на источники; доклад не подготовлен.

7.2.4 Критерии оценки тестирования

(формирование компетенций: УК-2, индикаторы: ИУК-1.1., ИУК-2.2., ИУК-2.3.; компетенции ПК-3, индикаторы: ПК-3.1, ПК-3.3.)

Тестирование оценивается в соответствии с процентом правильных ответов, данныхстудентом на вопросы теста.

Стандартная шкала соответствия результатов тестирования выставляемой балльной оценке:

«отлично» - свыше 85% правильных ответов;

«хорошо» - от 70,1% до 85% правильных ответов;

«удовлетворительно» - от 55,1% до 70% правильных ответов;

от 0 до 55% правильных ответов – «неудовлетворительно»

«5» (отлично): тестируемый демонстрирует системные теоретические знания, владееттерминами и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«4» (хорошо): тестируемый в целом демонстрирует системные теоретические знания,владеет большинством терминов и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«3» (удовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, он владеет некоторыми терминами и на вопросы теста реагирует достаточно медленно.

«2» (неудовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, терминологией он не владеет и на вопросы теста реагирует медленно.

7.2.5 Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по дисциплине:

Уровень сформированности компетенции	Оценка	Пояснение
Высокий	«5» (отлично)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; компетенции сформированы
Средний	«4» (хорошо)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями; компетенции в целом сформированы
Удовлетвори-тельный	«3» (удовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера; большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки; компетенции сформированы частично
Неудовлетвори-тельный	«2» (неудовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа надматериалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; компетенции не сформированы

7.3 Оценочные средства

7.3.1 Текущий контроль

(формирование компетенций: УК-2, индикаторы: ИУК-1.1., ИУК-2.2., ИУК-2.3.; компетенции ПК-3, индикаторы: ПК-3.1, ПК-3.3.)

Тестирование

По изучению каждой темы обучающийся проходит текущий контроль в виде тестирования. Тестирование проводится в системе LMS Московского Политеха. Каждый вариант теста содержит 30 тестовых заданий разного типа. Вопросы для выполнения предъявляются обучающемуся в рандомном порядке. Варианты тестовых заданий не повторяются. Время на выполнение заданий – 40 минут.

Ниже представлены некоторые варианты тестовых заданий по темам курса.

По итогам изучения всех тем предусмотрено итоговое тестирование, которое содержит тестовые задания по всем изученным темам. Всего к выполнению предлагается 60 тестовых заданий. Время на выполнение – 60 минут.

Контрольные задания, применяемые в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, носят универсальный характер и предусматривают возможность комплексной оценки всего набора заявленных по данной дисциплине индикаторов сформированности компетенций.

Критерии оценки промежуточного и итогового тестирования представлены в п.7.2. даннойрабочей программы.

Примерные тестовые задания к тесту по дисциплине «Краудфандинг» представлены ниже.

1. Какое событие считается началом современной эпохи краудфандинга?
a) Подписка на издание романов Ч. Диккенса
b) Народный сбор средств на Статую Свободы
c) Запуск платформы Indiegogo (2008)
d) Запуск платформы **Kickstarter (2009)** ✓
e) Первые кампании на Patreon

2. Какая модель краудфандинга основана на благотворительных пожертвованиях?
a) Reward
b) Lending
c) Equity
d) **Donation** ✓
e) Subscription

3. Какая модель краудфандинга предполагает предзаказ товара или услуги?
a) Donation
b) Lending
c) **Reward** ✓
d) Equity
e) Social

4. Какая из российских платформ является лидером по количеству культурных проектов?
a) Kickstarter
b) Patreon
c) Boomstarter
d) **Planeta.ru** ✓
e) Indiegogo

5. Какая из платформ работает по модели регулярных платежей (подписка)?
a) Kickstarter
b) Planeta.ru
c) Boomstarter
d) Indiegogo
e) **Patreon** ✓

6. Какой принцип работы у большинства платформ (например, Kickstarter)?
a) Гибкая цель – получить можно любую сумму
b) **Принцип «всё или ничего» – средства поступают только при достижении цели** ✓
c) Долевое распределение прибыли
d) Бесплатное продвижение проектов
e) Финансирование только через гранты

7. Какой закон регулирует краудфандинг в России?
a) Закон о СМИ
b) Гражданский кодекс РФ, часть II
c) **Федеральный закон о краудфандинге (2019)** ✓
d) Закон о защите прав потребителей
e) Налоговый кодекс РФ

8. Какой основной риск reward-модели краудфандинга?
a) Потеря доли в проекте
b) **Невозможность выполнить обязательства по доставке вознаграждений** ✓
c) Отсутствие налоговой базы
d) Дефолт заёмщика
e) Отсутствие юридической силы договора

9. Какой инструмент чаще всего используется для продвижения кампаний?
a) Биржевые площадки
b) Государственные СМИ
c) **Социальные сети и блогеры** ✓
d) Банковские кредиты
e) Офлайн-реклама на транспорте

10. Какой этап кампании является критическим для её успеха?
a) Посткампания (отчётность)
b) Средний этап сбора
c) **Первые 48–72 часа после запуска** ✓
d) Финальный отчёт
e) Подготовка юридических документов

11. Как называется эффект, когда вкладчики делают взнос потому, что проект уже собрал значительную часть суммы?
a) Эффект новизны
b) Эффект доверия
c) **Эффект социального доказательства** ✓
d) Эффект эксклюзивности
e) Эффект первопроходца

12. Какой элемент чаще всего является ключевым в презентации проекта?
a) Баннер
b) Логотип
c) **Видеообращение автора** ✓
d) Комментарии вкладчиков
e) Контакты команды

13. Какая модель предполагает участие вкладчиков в капитале компании?
a) Reward
b) Donation
c) Lending
d) Subscription
e) **Equity** ✓

14. Какая страна является лидером по объёму собранных средств на краудфандинговых платформах?
a) Франция
b) Россия
c) **США** ✓
d) Германия
e) Китай

15. Какой показатель относится к KPI краудфандинговой кампании?
a) Количество пресс-релизов
b) Средний возраст вкладчиков
c) **Средний вклад (Average Pledge)** ✓
d) Количество лайков в соцсетях
e) Количество бонусов в пакете

16. Что означает термин «stretch goal»?
a) Минимальная сумма сбора
b) Возврат средств вкладчикам
c) **Дополнительная цель при превышении основной суммы сбора** ✓
d) Налоговый вычет
e) Срок завершения кампании

17. Что обычно указывают в описании вознаграждений?
a) Текущий курс валют
b) **Сумму вклада и соответствующий бонус** ✓
c) Средний возраст команды
d) Список конкурентов
e) Историю возникновения идеи

18. Какой документ чаще всего заключают вкладчик и автор проекта?
a) **Пользовательское соглашение на платформе** ✓
b) Индивидуальный договор займа
c) Учредительный договор
d) Коллективный договор
e) Нотариально заверенная расписка

19. Что является преимуществом краудфандинга перед венчурным капиталом?
a) Отсутствие затрат на рекламу
b) **Сохранение полного контроля над проектом у автора** ✓
c) Гарантия прибыли вкладчикам
d) Государственные субсидии
e) Юридическая поддержка от платформы

20. Что часто становится индикатором успеха кампании ещё до старта?
a) Высокий рейтинг в СМИ
b) **Сильное комьюнити и подписчики до запуска (pre-launch)** ✓
c) Договор с венчурными инвесторами
d) Государственная поддержка
e) Высокая стоимость вознаграждений

7.3.2 Работа на практических занятиях.

(формирование компетенций: УК-2, индикаторы: ИУК-1.1., ИУК-2.2., ИУК-2.3.; компетенции ПК-3, индикаторы: ПК-3.1, ПК-3.3.)

В течении семестра обучающиеся работают на практических занятиях и готовят доклады или выполняют задания, предложенные преподавателем. Содержание заданий соотносится с ее тематикой, представленной в п. 3.4.1.

Примерные варианты докладов представлены ниже.

1. Исторические формы и этапы развития краудфандинга

1. Народные сборы XIX века как предтеча краудфандинга.
2. Первая кампания на Kickstarter: анализ успеха.
3. Роль Planeta.ru в развитии российского краудфандинга.
4. Влияние цифровых технологий Web 2.0 на становление краудфандинга.
5. Эволюция представлений о «коллективном финансировании» в культуре и бизнесе.

2. Классификация моделей краудфандинга и сферы их применения

1. Donation-модель: возможности и ограничения для социального сектора.
2. Reward-модель: как работает система предзаказов.
3. Equity-краудфандинг: перспективы для технологических стартапов.
4. Lending-модель и её риски для малого бизнеса.
5. Сравнительный анализ моделей: в каких отраслях каждая наиболее эффективна?

3. Платформы как экосистемы проектов

1. Kickstarter как глобальный стандарт краудфандинга.
2. Российская специфика: Boomstarter и Planeta.ru.
3. Patreon и экономика подписки: новая модель поддержки авторов.
4. Особенности азиатских платформ (например, в Китае и Японии).
5. Сравнение российских и зарубежных платформ: аудитория, комиссии, функционал.

4. Закон и доверие в краудфандинге

1. Федеральный закон «О краудфандинге» 2019 года: содержание и значение.
2. Правовые риски для авторов и инвесторов в reward-модели.
3. Налогообложение краудфандинговых кампаний: проблемы и решения.
4. Этические стандарты в краудфандинге: прозрачность и ответственность.
5. Зарубежная практика регулирования: опыт США и ЕС.

5. Проектирование успешной кампании

1. Алгоритм подготовки краудфандинговой кампании.
2. Роль целевой аудитории в проектировании стратегии.
3. Значение pre-launch-этапа в успехе кампании.
4. Stretch goals как инструмент удержания интереса аудитории.
5. Ошибки авторов при планировании кампаний: анализ провалов.

6. Сторителлинг и работа с сообществами

1. Сторителлинг как ключ к доверию в краудфандинге.
2. Видеопрезентация проекта: как создать убедительный питч.
3. Использование блогеров и лидеров мнений для продвижения кампании.
4. Формирование комьюнити проекта: механики вовлечения.
5. Социальные сети как главный инструмент PR в краудфандинге.

7. Бюджет кампании: риски и расчёты

1. Структура бюджета краудфандинговой кампании.

2. Логистика и её роль в успехе reward-модели.
3. Финансовые ошибки авторов: кейсы неудачных кампаний.
4. Смета проекта: от расчёта вознаграждений до налогов.
5. Финансовое планирование как инструмент доверия к проекту.

8. Как измерить успех кампании?

1. KPI краудфандинга: основные показатели эффективности.
2. Методы анализа статистики платформ.
3. Инструменты веб-аналитики для краудфандинговых проектов.
4. Качественные показатели успеха: обратная связь и вовлечённость сообщества.
5. Пост-кампания: зачем анализировать результаты после завершения проекта?

9. Краудфандинг и его место в системе финансирования креативных индустрий

1. Краудфандинг vs венчурные инвестиции: сравнительный анализ.
2. Грантовая поддержка и краудфандинг: можно ли сочетать?
3. Роль краудфандинга в кино- и музыкальной индустрии.
4. Краудинвестинг и краудлендинг: новые форматы финансирования.
5. Будущее краудфандинга: блокчейн, NFT и токенизация проектов.

7.3.4 Промежуточная аттестация

(формирование компетенций: УК-2, индикаторы: ИУК-1.1., ИУК-2.2., ИУК-2.3.; компетенции ПК-3, индикаторы: ПК-3.1, ПК-3.3.)

Вопросы к зачету по дисциплине «Краудфандинг»

1) Предпосылки возникновения краудфандинга.
2) Ключевые этапы развития краудфандинга в мире.
3) Развитие краудфандинга в России: Planeta.ru и Boomstarter.
4) Donation-модель: особенности и примеры применения.
5) Reward-модель: преимущества и риски для авторов и вкладчиков.
6) Equity-краудфандинг: сущность и правовые особенности.
7) Lending-модель: назначение и потенциальные угрозы
8) равнение моделей краудфандинга и области их применения.
9) Международные платформы: Kickstarter, Indiegogo, Patreon.
10) Российские платформы: Planeta.ru и Boomstarter.
11) Принцип «всё или ничего» и его роль в краудфандинге.
12) Сравнительные преимущества российских и зарубежных платформ.
13) Алгоритмы работы платформ: модерация проектов, комиссии, выплаты.
14) Правовые риски reward-модели для авторов проектов.
15) Проблемы налогообложения в краудфандинговых кампаниях.
16) Ответственность автора проекта перед вкладчиками.
17) Этические принципы краудфандинга: прозрачность, доверие, отчетность.
18) Этапы подготовки кампании: от идеи до запуска.
19) Анализ целевой аудитории краудфандингового проекта.
20) Значение pre-launch-этапа для успеха кампании.
21) Stretch goals: сущность и роль в удержании интереса аудитории.
22) Типичные ошибки авторов при планировании кампаний.
23) Роль сторителлинга в успешной кампании.
24) Видеопрезентация проекта как ключевой элемент коммуникации.

25) Использование социальных сетей для продвижения краудфандинга.
26) Работа с блогерами и лидерами мнений.
27) Формирование и поддержка сообщества проекта.
28) Структура бюджета краудфандинговой кампании.
29) Расчет стоимости вознаграждений для вкладчиков.
30) Логистика и её значение для успешного завершения кампании.
31) Типичные финансовые ошибки авторов проектов.
32) Методы обеспечения прозрачности в финансовом управлении.
33) Основные KPI краудфандинга (сумма сборов, количество вкладчиков, средний вклад).
34) Методы анализа статистики краудфандинговых платформ.
35) Качественные показатели эффективности кампании (обратная связь, вовлеченность).
36) Использование внешних аналитических инструментов для оценки кампаний.
37) Сравнение краудфандинга и венчурных инвестиций.
38) Перспективы развития краудфандинга: краудинвестинг, краудлендинг, токенизация проектов.