

21-22

MÁSTER UNIVERSITARIO EN  
PSICOLOGÍA DE LA INTERVENCIÓN  
SOCIAL

# GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



## FUNDRAISING

CÓDIGO 22208199

UNED

21-22

FUNDRAISING

CÓDIGO 22208199

# ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN  
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA  
EQUIPO DOCENTE  
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE  
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE  
RESULTADOS DE APRENDIZAJE  
CONTENIDOS  
METODOLOGÍA  
SISTEMA DE EVALUACIÓN  
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA  
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA  
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

|                           |                                                              |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Nombre de la asignatura   | FUNDRAISING                                                  |
| Código                    | 22208199                                                     |
| Curso académico           | 2021/2022                                                    |
| Título en que se imparte  | MÁSTER UNIVERSITARIO EN PSICOLOGÍA DE LA INTERVENCIÓN SOCIAL |
| Tipo                      | CONTENIDOS                                                   |
| Nº ETCS                   | 4,5                                                          |
| Horas                     | 112.5                                                        |
| Periodo                   | SEMESTRE 2                                                   |
| Idiomas en que se imparte | CASTELLANO                                                   |

## PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

El fundraising es un proceso para conseguir fondos, en organizaciones sin ánimo de lucro, mediante la solicitud de donaciones de particulares o empresas, fundaciones benéficas, o agencias gubernamentales.

Como recoge la Asociación Española de Fundraising (AEFR), la captación de fondos no es un concepto limitado exclusivamente a dinero o a ingresos, el **Fundraising** implica también la construcción de **relaciones con los donantes**, la **transparencia** y el combate de la injusticia social y la mejora de la calidad de vida de las personas.

La donación es una conducta social en el que intervienen múltiples factores de índole psicológico, social y cultural. A su vez tiene un impacto en el propio donante y en su entorno social y familiar más cercano. Por otro lado, contribuye y necesita procesos sociales de confianza y colaboración. La aproximación a estos procesos psicosociales sin duda nos ayuda a entender y promover la generosidad en nuestra sociedad. Resulta complicado entender en su globalidad la intervención social sin hablar de generosidad. Por otra parte, la mayoría de instituciones vinculadas a la intervención social necesitan financiarse.

Por otra parte, el proceso de influencia que lleva implícita la captación de fondos no puede comprenderse sin atender a la base teórica de la psicología social y no se limita a la mera recaudación de dinero, sino que tiene por objetivo intervenir en la sociedad para dar a conocer los objetivos de ONGs, entidades sin ánimo de lucro o causas.

A diferencia del crowdfunding que se centra solo en la recaudación de dinero o financiación de cualquier tipo de empresa o proyecto, el fundraising se centra en el tercer sector.

Las organizaciones del subsector denominado de acción social, que trabajan en nuestro país con colectivos desfavorecidos son cuantitativamente muy numerosas y cualitativamente tienen un papel destacado en el conjunto del Tercer Sector. Este conjunto de organizaciones y plataformas constituyen el sector más institucionalizado, con mayor visibilidad pública y con una importante capacidad de acción. No obstante, el Tercer Sector es más amplio. Incluye también a un conjunto de organizaciones que difícilmente se podrían englobar bajo la categoría de ONG, pero que son asimismo Organizaciones No Lucrativas y promueven actividades de interés general. Podemos incluir aquí a fundaciones del ámbito de la cultura, el deporte, la investigación científica, a las fundaciones de empresa, a fundaciones que prestan servicios remunerados en el ámbito de la tercera edad, de la educación o la sanidad, a las cooperativas.

En su conjunto, representan una actividad económica y unos servicios a la sociedad muy

importantes y constituyen el contexto en el que se enmarca la intervención social. Y todas ellas requieren desarrollar una captación de recursos y financiación para poder llevar a cabo sus fines. Cada una con unos mecanismos y unos alcances diferentes, de ahí la necesidad de conocer, al menos de manera introductoria cuáles son estas estrategias y herramientas de captación de recursos

## REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

### EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos  
Correo Electrónico  
Teléfono  
Facultad  
Departamento

ANA MARIA LISBONA BAÑUELOS  
amlisbona@psi.uned.es  
91398-7956  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA  
PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONES

### HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Horario de atención al estudiante presencial y telefónica Ana Lisbona  
Miércoles 10-14h

Se puede contactar también a través del correo electrónico y el curso virtual con el Equipo Docente

### COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

#### COMPETENCIAS GENERALES

CG1 - Obtener un nivel de formación avanzada en relación a perfiles profesionales ligados al ámbito de la psicología de la intervención social

CG3 - Desarrollar la habilidad para realizar juicios críticos sobre la calidad metodológica de la investigación en psicología de la intervención social y comunitaria.

CG4 - Comunicar adecuadamente la práctica de la intervención social comunitaria a los diferentes grupos de interés.

CG5 - Ser capaz de analizar en profundidad y valorar los progresos de la intervención social y, si es necesario, redefinir los objetivos de intervención a partir de la información obtenida

CG6 - Adquirir un conocimiento extenso del campo de estudio y lograr el dominio de las habilidades, métodos y técnicas de investigación e intervención relacionadas con la acción social y comunitaria.

#### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE1 - Ser capaz de aplicar los modelos y técnicas de la psicología social para evaluar las necesidades sociales con el objetivo de implementar programas de intervención adecuados

CE3 - Seleccionar y aplicar diferentes técnicas para el análisis de necesidades sociales y el establecimiento de prioridades, así como para la elaboración consensuada de planes de

acción

CE6 - Desarrollar estrategias que permitan a los destinatarios de la intervención implicarse activamente en la misma

CE7 - Diseñar, adaptar y evaluar programas y servicios de acuerdo con la demanda y valoración de necesidades, sea de tipo proactivo o reactivo, y el contexto en que se aplican.

CE10 - Adquirir habilidades interpersonales para el trabajo en equipos interdisciplinarios y/o interculturales en el ámbito de la psicología de la intervención social

CE12 - Fomentar la participación ciudadana en organizaciones de la comunidad: asociaciones de vecinos, organizaciones de voluntariado, grupos cívicos y movimientos sociales

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocer la definición de Fundraising

Identificar las principales estrategias en la Captación de Fondos

Conocer las principales técnicas y herramientas de Captación de Fondos

## CONTENIDOS

Contenido general

1. Definición de Fundraising
2. La captación de fondos en el contexto de la intervención social
3. El Fundraising como estrategia de comunicación
4. Estrategias, técnicas y herramientas en el Fundraising
5. El retorno social de la inversión

## METODOLOGÍA

Las distintas materias han sido diseñadas siguiendo la metodología de la enseñanza a distancia, de modo que el estudiante podrá abordar su estudio de manera autónoma. Para ello contará con un amplio conjunto de materiales y recursos didácticos a los que podrá acceder mediante la utilización de la plataforma virtual de la UNED. Los estudiantes dispondrán en dicha plataforma virtual de herramientas tales como foros de consulta que permitirán al equipo docente guiar, orientar y asesorar ante las dudas que le puedan ir surgiendo a lo largo del estudio, foros para relacionarse con el resto de compañeros matriculados en las distintas materias, así como otras herramientas relacionadas con la autoevaluación y el seguimiento de las actividades programadas durante el curso (lectura de artículos científicos, elaboración de informes, análisis de casos, etc.).

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

### TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen No hay prueba presencial

### CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA PRESENCIAL Y/O LOS TRABAJOS

Requiere Presencialidad No

Descripción

Elaboración de trabajos y Análisis y discusión de artículos de investigación y Análisis y discusión de casos prácticos

Criterios de evaluación

Ponderación de la prueba presencial y/o los trabajos en la nota final 100%

Fecha aproximada de entrega 15/06/2020

Comentarios y observaciones

### PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC? No

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación de la PEC en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

### OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s? No

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

### ¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

Mediante la realización y entrega de un trabajo final vinculado al trabajo con casos reales

## **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

La bibliografía se facilitará durante el curso a través del curso virtual.

## **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

## **RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA**

El material de estudio se especificará en el curso virtual.

---

## **IGUALDAD DE GÉNERO**

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.