



finis
Universidad Finis Terrae
Postgrado

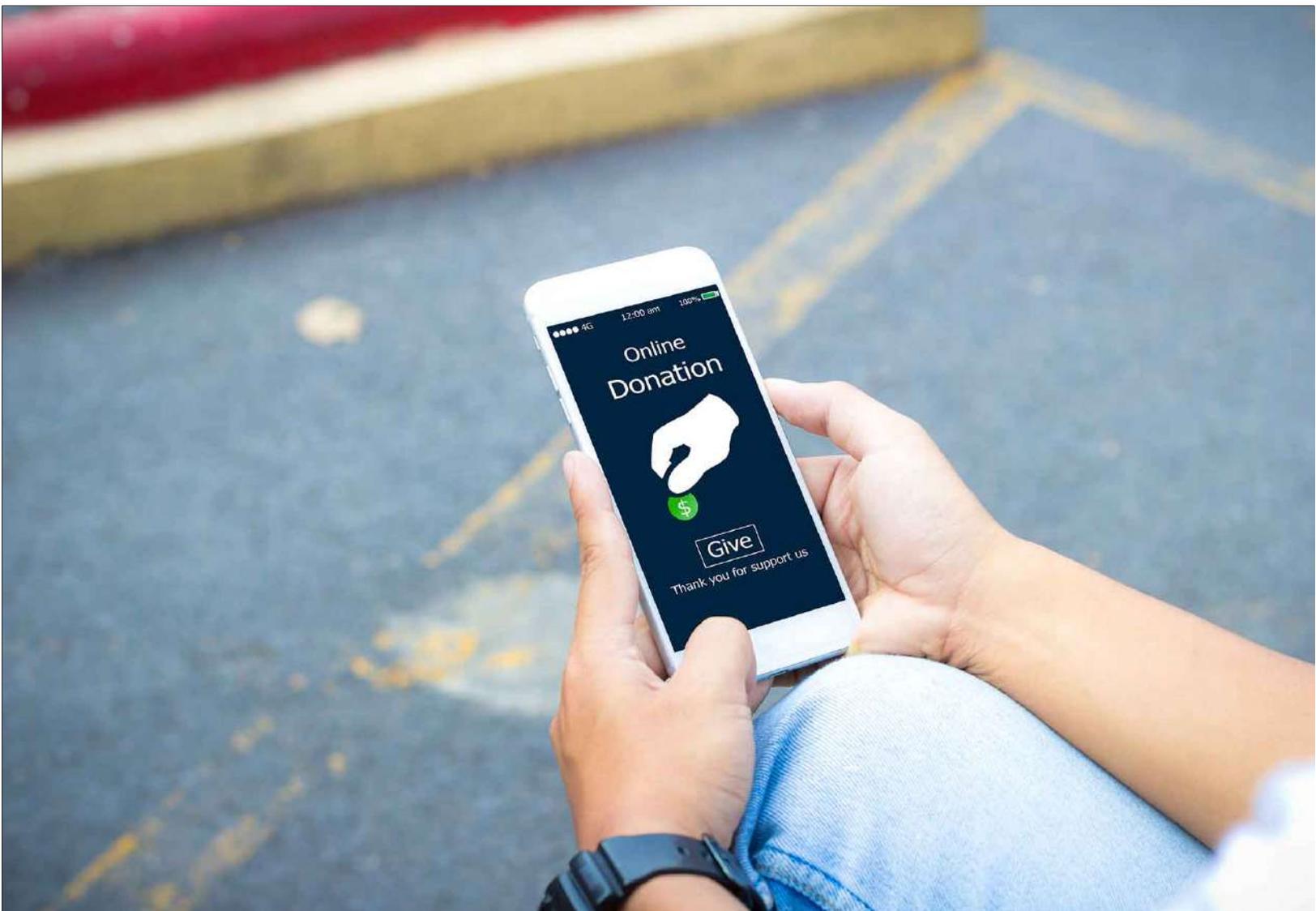
FACULTAD DE HUMANIDADES
Y COMUNICACIONES

Curso
Fundraising
Web



El fundraising tiene sus raíces en las antiguas civilizaciones, donde las comunidades se unían para apoyar causas comunes a través de la contribución de recursos. Durante el siglo XX, con el surgimiento de organizaciones dedicadas a la recaudación de fondos, el fundraising se comenzó a profesionalizar, integrando técnicas más sofisticadas, y durante este siglo, aprovechando herramientas derivadas de la transformación digital.

Identificar oportunidades de financiación es crucial para el funcionamiento y la sostenibilidad de organizaciones sin fines de lucro, emprendedores sociales y cualquier persona que busque recaudar fondos para una causa. El fundraising se ha convertido en una herramienta clave para el financiamiento de causas sociales y proyectos de impacto. Permite desarrollar estrategias efectivas con campañas persuasivas, que logran atraer a donantes potenciales, gestionar las relaciones con ellos, ampliar los públicos y generar compromiso a través de Internet, redes sociales, e-mail, y las diversas herramientas que la web permite.



Objetivos generales

Desarrollar estrategias efectivas de recaudación de fondos en línea para organizaciones sin fines de lucro, capitalizando las oportunidades presentes en el entorno digital.

Dirigido a

- Profesionales que se encuentran en cargos de fundraising/recaudación de Fondos en alguna organización sin fines de lucro.
- Profesionales que trabajen en organizaciones sin fines de lucro.
- Profesionales que se interesen en recaudar fondos online.

Metodología

La metodología se estructurará en dos módulos diarios, cada uno con una duración de 80 minutos. Estos módulos se dividirán en uno expositivo y otro práctico.

En los módulos expositivos, el profesor realizará presentaciones en las que se incluirán ejemplos relevantes sobre el tema abordado y se fomentará la interacción con los estudiantes.

En los módulos prácticos, los estudiantes aplicarán de manera individual los conceptos aprendidos en los módulos expositivos a situaciones reales relacionadas con la ONG en la que trabajan profesionalmente. Los resultados de estos ejercicios serán presentados ante la clase, lo que generará debates y discusiones enriquecedoras.

Duración del programa

- 16 horas cronológicas
- Horario: martes y jueves de 18:30 a 20:30 hrs.

Cuerpo académico

Camila Jano

- Fundraising & Marketing Director.
- Publicista, licenciada en Comunicación Social, con más de 20 años de experiencia en el área de Marketing, con trayectoria en empresas relativas al retail como The Walt Disney Co. y de servicios en Sodexo Pass.
- Amplia y exitosa experiencia en marketing directo y online, amplios conocimientos en gráfica, Web y RSE. Manejo de Agencias de Publicidad, Agencias Web y Agencias de Comunicaciones. Manejo y gestión de diferentes stakeholders, y de CRM como Sales Force.
- Especialista en Fundraising con amplia experiencia en organizaciones sin fines de lucro como Amnesty International, Unicef, The Salvation Army y Radio María.

Plan de estudios

Nombre asignatura	Descripción
Conceptos claves, perfil donante y canales de captación (Presentación + forma de trabajar)	<ul style="list-style-type: none"> • Conceptos Claves de Fundraising • Pirámide de Donantes • Tipos de donantes: perfil del donante • Canales de captación online: RRSS, web, email, SMS, whats app, plataforma de donaciones • Calendario de Acción
Web, Adwords, plataforma de donaciones y bases de datos	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia Web: SEM, SEO, Google Adwords • Medios de Donación: plataformas de donaciones, propias, externas, proveedores, ventajas y dificultades • Bases de Datos: digitalización de la información, almacenamiento y gestión de datos. Beneficios Donatec y Salesforce
Audiencias digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Métricas en Fundraising • Cálculo de indicadores y ROI • Planilla Recaudación de Fondos

	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de Adquisición de leads, donantes y donaciones
Programas de Fidelización de los Donantes	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Fidelización de donantes: ciclo de vida del donante, emailing, bienvenid@, boletines, acciones de fidelización a los diferentes donantes, desafíos y ejemplos. • Campañas de aumento de donación • Campañas de mantención y reactivación
Campañas de Conversión, Emergencias y Colectas	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de Conversión, mix de herramientas de fundraising, DRTV, TMK, F2F, Digital, offline+online • Campañas de Emergencias, características, ejemplos y mejores prácticas. • Campañas de donaciones únicas y colectas online
7 pasos de una campaña de recaudación de fondos online	<ul style="list-style-type: none"> • Situación actual • Objetivos • Audiencias • Mensajes que recaudan storytelling • Plan de acción y Piezas • Calendario • Evaluación y métricas ROI

Módulos

Nombre	Docente	Horas
La Conceptos claves, perfil donante y canales de captación mujer y el trabajo asalariado	Camila Jano	2 horas
Web, Adwords, plataforma de donaciones y bases de datos	Camila Jano	2 horas
Audiencias digitales	Camila Jano	2 horas
Métricas, cálculo de indicadores y Planilla de Recaudación de Fondos	Camila Jano	2 horas
Programas de Fidelización de los Donantes	Camila Jano	2 horas

Campañas de Conversión, Emergencias y Colectas	Camila Jano	2 horas
7 pasos de una campaña de recaudación de fondos online	Camila Jano	2 horas
Entrega y presentación de su estrategia de fundraising online, recapitula todas las entregas parciales	Camila Jano	2 horas

Evaluación

Se realizarán seis evaluaciones sumativas, las cuales incluirán presentaciones orales e informes sobre la aplicación del contenido. Estas evaluaciones representarán el 60% de la calificación final para aprobar el curso. Además, se requerirá la entrega de un informe final con el diseño de una campaña, que contribuirá con el 40% restante de la nota total.

Criterios de evaluación:

- Aplica los conceptos aprendidos mediante la realización de ejercicios prácticos relacionados con situaciones simuladas en el contexto de la ONG en la que se desempeña.
- Planifica coherentemente una campaña fundraising online según los conceptos aprendidos.
- Diseña una campaña de recaudación de fondos, vía web, para una organización sin fines de lucro.

Norma de Evaluación:

- El estudiante aprobará con una calificación mayor o igual a 4.0, considerando como instrumento de evaluación, rúbricas y/o escalas de apreciación.

Requisitos de postulación

- Fotocopia cédula de identidad (por ambos lados)

Más información

admisionpostgrado@uft.cl

Conoce más en
postgrados.uft.cl



finis
Universidad Finis Terrae
Postgrado

Avda. Pedro de Valdivia 1509, Casa Pocuro, Providencia

admissionpostgrado@uft.cl

 [postgradosufinisterrae](https://www.instagram.com/postgradosufinisterrae)

 [postgradosufinisterrae](https://www.facebook.com/postgradosufinisterrae)

 +56 2 2420 7600