



<http://www.infohome-altai.ru/node/123>

Книги для НКО

Книжная полка

В последнее время Третий сектор в России развивается весьма стремительно, что привело к появлению огромного количества литературы, как переводной, так и отечественной, о деятельности некоммерческих организаций. Порой бывает трудно разобраться в этом "море", да и поиск наугад не всегда приводит к нужным результатам. Эта страничка призвана помочь вам структурировать свою работу, облегчить поиск.

Российский партнер -Фонд "НОЧЛЕЖКА"

Британский партнер - PARTNERSHIP FOR GROWTH \ LINK ROMANIA

"Методика направленного информационного воздействия неправительственных организаций как способ изменения отношения населения к социально исключенным людям", Санкт-Петербург, 1999, 55 с.

Данная методика предлагается для внедрения в практику деятельности организациям некоммерческого сектора, работающим с социально исключенными людьми в странах СНГ и Восточной Европы. Методика является результатом апробированного на территории Санкт-Петербурга в 1999 году проекта российско-британского партнерства. В пособии освещаются следующие направления: Понятие "социальная исключенность; Общественное мнение о бездомности; Направленное информационное воздействие как средство изменения отношения общества к социально исключенным людям; Адресаты информационного воздействия; Выбор эффективных и доступных каналов и способов воздействия; Подбор команды, распределение обязанностей и функций; Роль и функции значимых для населения актеров; Планирование и предвидение возможных рисков;. Отбор "живого" материала для обеспечения интереса к обсуждаемым темам; Мониторинг процесса и результатов информационного воздействия, Ожидания и опасения организаторов. В приложении даны: опросник (до начала конкурса), опросник (после окончания конкурса), информационно-аналитическая карта биографии, процедура подведения итогов конкурса и рекомендации для членов жюри, общая схема оценки биографий, присланных на конкурс, оценочный лист члена жюри

(Документ в формате MS Word 97 ngo_socio.zip - 74 Kb)

Извекова И.В., Мартыненко Ю.Е., Разумова И.П.

Капля в море. Проект благотворительной акции "Мир-Детство" как шаг к созданию отлаженной методики сбора частных пожертвований.

Это пособие представляет подробное описание методов сбора частных пожертвований. "Молодые журналисты Алтая" рассказывают, как на собственном опыте осуществляли сбор пожертвований, проводившихся в рамках проекта благотворительной акции "Мир-Детство" Читатели смогут ознакомиться с тем, как правильно следует организовывать подобные кампании: организовывать круглые столы, конкурсы и даже, как вести бухгалтерский учет операций связанных со сбором благотворительных пожертвований. Издание содержит теоретический и практический материал.

Методическое пособие изначально ориентированно на НКО, занимающихся фандрайзингом.

(Документ в формате RTF (Word) baby.zip - 50 Kb)

Под редакцией С.Е. Дейцева

Правовой статус некоммерческих организаций в России. Практическое пособие. - Москва: Центр за Демократию и Международный благотворительный фонд политико-правовых исследований "Интерлигал", 1995. - 224 с.

Издание представляет собой практическое пособие, которое раскрывает вопросы создания, государственной регистрации, порядка финансирования и налогообложения, другие аспекты деятельности некоммерческих организаций в соответствии с законодательством Российской Федерации. Читатели смогут узнать о видах некоммерческих организаций и органах их управления, членских взносах и уставном капитале, добровольных пожертвованиях и грантах. Издание адресовано широкому кругу читателей, а также руководителям, активистам и спонсорам некоммерческих организаций.

(Документ в формате Word 97 legal_status.zip - 226 Kb)

Доктор Джери Рубин

Практический маркетинг. Курс лекций.

Курс ознакомит студентов с широким, но кратким обзором принципов маркетинга и практики маркетинга. Студенты узнают, как маркетинг работает и что делают маркетологи, применяя принципы маркетинга к внутренним и международным примерам. Студенты будут иметь возможность развить коммуникационные и аналитические навыки, а также разрешать проблемные задачи, и приобретут навыки работы в группе. Кроме того, студенты будут исследовать возможности карьеры в маркетинге.

(Документ в формате Word 97 practical_marketing.zip - 153 Kb)

Общая редакция: Галина Негрустуева

Справочник тренеров-консультантов для некоммерческих организаций в России. - М., 1997. - 135 с.

Данное издание представляет собой справочник, содержащий информацию о тренерах-консультантах для некоммерческих организаций России. Справочник предназначен для руководителей и активистов некоммерческих организаций, органов власти и коммерческих структур. Справочник тренеров-консультантов для НКО является первым в России изданием подобного рода. Составители ставили своей целью систематизировать и представить информацию об особой категории человеческих ресурсов для некоммерческого сектора, успешно работающих в различных регионах России.

(Документ в формате Word 97 trdir.zip - 76 Kb)

Оливия Холмз

Маркетинговое исследование: Методика социального маркетинга для общественных организаций. - М.: Центр Развития и Образования, 1996. - 103 с.

Этот учебник, написанный простым и доступным языком, является путеводителем по основным методам маркетингового исследования, которые может использовать любая организация. Как введение в маркетинговое исследование, он отвечает на ряд основных вопросов: "Что такое маркетинговое исследование?", "Для чего и в каких случаях оно может быть полезно?", "Как провести такое исследование эффективно с наименьшими затратами?" и др. Книга посвящена изучению групп, входящих в общественную организацию и находящихся за ее пределами, которые могут существенно влиять на вид и предоставление организацией услуг, сотрудничество

с добровольцами, доступ к финансовым средствам и отражение деятельности организации в средствах массовой информации.

(Документ в формате Word 97 holmesru.zip - 96 Kb)

Б.Л. Рудник, С.В. Шишкин, Л.И. Якобсон

Развитие регионального законодательства в области государственной поддержки третьего сектора. - М.: Фонд развития парламентаризма в России, 1997.

Анализ и обобщение инициатив, принятых во многих субъектах Российской Федерации, показал, что имеются объективные предпосылки для выработки общих рациональных подходов к развитию регионального законодательства о Третьем секторе. Речь идет не о навязывании неких произвольных шаблонов и умозрительных построений, а о создании модельного законодательства - комплекса норм, законодательное закрепление которых позволило бы решить проблемы, значимые для каждого субъекта Российской Федерации. Предлагаемая концепция модельного регионального законодательства о негосударственных некоммерческих организациях содержит обоснование его роли, структуры и основных положений. При разработке концепции непосредственно учитывались достижения российских регионов, а также прогрессивная зарубежная практика.

(Документ в формате Word 97 model_legislation.zip - 48 Kb)

Профессор Кэрэн Фокс

Социальный маркетинг. - Издательство Университета Санта Клара.

Работа посвящена рассмотрению так называемого социального маркетинга - маркетинга, призванного помочь людям приобрести хорошие привычки, которые сослужат им долгую службу и будут полезны для общества в целом. Социальный маркетинг имеет большое значение в сфере охраны здоровья и планирования семьи, вакцинации, сохранения энергии и водных ресурсов, охраны окружающей среды и т.д. Профессор Кэрэн Фокс простым, доступным языком раскрывает цели социального маркетинга, его применение и этапы осуществления, перспективы развития и отличия от коммерческого маркетинга. Для широкого круга читателей.

(Документ в формате Word 97 social_marketing.zip - 15 Kb)

О.В. Макаренко, Б.Л. Рудник, С.В. Шишкин, Л.И. Якобсон

Государство и негосударственные некоммерческие организации: формы поддержки и сотрудничества. - М.: "СИГНАЛЬ", 1997. - 176 с.

Авторы предлагаемой читателю работы, по существу, впервые проанализировали опыт Российской Федерации по созданию нормативной базы взаимоотношений между органами власти и некоммерческими организациями. На этой основе были разработаны рекомендации по развитию таких взаимоотношений и их правовому регулированию. Читатели смогут познакомиться с такими вопросами, как управление и контроль в некоммерческих организациях, государственное финансирование НКО, налоговая политика и налоговые льготы и др. Книга будет полезна активистам некоммерческих организаций, работникам государственного и муниципального аппарата, а также всем, кто искренне заинтересован в развитии общественных инициатив.

(Документ в формате Word 97 unstate_ngo.zip - 132 Kb)

Пособия и методические материалы по PR для гражданского сектора. 1999. - Некоммерческий PR-центр "Гражданин". Москва.

Общественные связи для гражданского сектора стали сегодня одной из самых важных проблем. Общественная поддержка помогает продвинуть идею, сделать известным и надежным имя организации, расширить круг участников программы, получить новые интеллектуальные и ресурсные импульсы к развитию деятельности. Актуально также умение собрать, подготовить и представить информацию по точному адресу в нужное время и в нужной форме. Авторы стараются разобраться в этих вопросах вместе с читателем на материале всем близком и важном - ситуациях и фактах "НКОшной" деятельности в конкретных условиях.

<http://www.good.cnt.ru/prcenter.html>

(Документы в формате Word 97 pr_for_ngo.zip - 240Kb)

Под редакцией Хауарда Синкотты.

Руководство для женщин: использование средств массовой информации. - Изд-во Информационного агентства США. - 47 с.

Данное руководство поможет женщинам во всем мире рассказать о наблевшем и поделиться жизненным опытом с аудиторией, расположенной далеко за пределами их стран. Из руководства женщины смогут узнать, как правильно и эффективно подготовить комплекты материалов для прессы и пресс-релизы, как провести пресс-конференции, выступления и презентации, ознакомятся с основами планирования отношений со средствами массовой информации (СМИ). Поскольку авторы надеются, что руководство будет использоваться представителями различных культур, они предлагают читателям адаптировать его содержание к нуждам своего региона. Данное руководство, хотя оно и рассчитано главным образом на женщин, не имеющих опыта сотрудничества со СМИ, предназначено для всех, кто хочет лучше узнать СМИ и получить навыки работы с ними.

(Документ в формате Adobe Acrobat Reader 3.0 media_r.zip - 303Kb)