

Маркетинг и менеджмент

Вопросы для самоанализа хореографа-предпринимателя:

1. Есть ли у вас сформулированные лаконичные тексты о вашей существующей или планируемой школе танца, которые являются основой для маркетинга школы (тексты для рекламных кампаний, сайта, страниц в соцсетях, видеороликов, речи на родительском собрании, листовок и т.д.), а именно:

— **Общее описание** вашего танцевального проекта, которое **привлечёт** целевую аудиторию и оттолкнёт нежелательный контингент.

— Описание **вашей системы занятий**, программы, которая была бы **понятна** и близка родителям учеников и вызывала у них **уважение** за эффективность, неформальность, любовь к делу или другие черты, свойственные вашей работе.

— Готовое продуманное описание (хотя бы в одном предложении) **каждой дисциплины**, которой обучаются ваши ученики, с точки зрения пользы для них и их родителей. А также **характеристика** педагогов, стоящих за этими дисциплинами (если преподаете вы, то ваши регалии и педагогические достижения).

— Перечисленные и описанные **стереотипы** родителей, связанные с надеждами и тревогами о ребёнке, которые можно использовать в рекламе.

— Перечень **“цифр и фактов”** о вашем хореографическом проекте, которые вызывают у вас гордость и могут стать украшением любой рекламы.

Примеры таких текстов и их использования можно посмотреть здесь:



Елена Александровна Панасенко,
директор школы, родитель и ученик

ДОРОГИЕ РОДИТЕЛИ!

Открою вам одну **тайну**: наша детская танцевальная школа совсем не для детей! А для **родителей!** Более того, я, не только руководитель школы, но и мать двух танцующих дочерей, поэтому и сама являюсь учеником.

Чему же я уже третий год учусь в нашей школе? И какие полезные родительские умения и навыки предстоит усвоить вам?

Вы сумеете дарить детям еще больше любви и внимания, искренне восхищаясь своим ребенком, когда он выходит на сцену. Наши концерты станут для вас семейными праздниками.

У вас получится сделать любую домашнюю вечеринку ярким и запоминающимся событием - если на ней выступит ваш маленький артист.

Вы увидите живой интерес в глазах ребенка после занятий в танцевальной школе, где он честно потрудился, ему было трудно, но в конце концов все получилось и его похвалили. И **узнаете**, чем это отличается от капризного взгляда после очередного модного развлечения для детей - будь то голливудский мультяш или детское казино с игровыми автоматами.

Я по себе знаю, что учиться здесь непросто и детям, и родителям! Но если мы действительно любим наших детей - у нас все получится!

У вас есть вопросы? **Звоните мне прямо сейчас на 2-147-369!** Приходите на собеседование, и давайте начнем танцевать!

ЕЛЕНА ПАНАСЕНКО,
основатель и руководитель школы.

Наша **методика преподавания** обычна для европейских танцевальных школ и только начинает внедряться в России. В качестве танцевальной базы мы даем сразу три стиля - **классический балет, джаз и фламенко**. Если сравнивать с математикой, они как три ортогональных вектора в трехмерном пространстве. Танцы абсолютно разные - по энергетике, смысловой нагрузке, атмосфере. Обучение сразу трем направлениям дает **радость перевоплощения**, развивает **чувство стиля**, не дает детям скучать на уроках, отработывая одни и те же движения. Более того, такие занятия развивают **глубинное понимание танца**. Дети, которые учатся у нас уже давно, мыслят, как профессиональные танцоры, - и при желании смогут ими стать.

Всего мы преподаем шесть танцевальных предметов. Но наша цель - не в том, чтобы дать наибольшее разнообразие стилей. У нас классике, фламенко и джазу уделяется **равноправное серьезное внимание** - как по количеству часов в программе, так и идеологически. Каждое направление ведет **отдельный педагог**, специализирующийся и добившийся больших результатов в этом стиле - как исполнитель и как преподаватель. Мы уверены, что именно такая методика будет развивать наших детей **гармонично** - как танцоров и как личностей.

Кроме самого танца, мы учим детей **музыке и вокалу**, развиваем чувство ритма и слух. Это нужно и для танца, и в повседневной жизни. Ребенок учится говорить красиво, хорошо поставленным голосом, правильно дышать - а это очень важно для здоровья.

Занятия проходят в Новосибирском государственном хореографическом колледже - **в профессиональных танцевальных залах**, где выросли многие поколения звезд российского балета.

Материалы, взятые из рекламной газеты проекта «100 Тигрят»

ФЛАМЕНКО

АНАСТАСИЯ КЛИМКИНА,
педагог-хореограф,
одна из лучших
танцовщиц фламенко
за Уралом:



Принципиальное отличие **детского фламенко** от взрослого - в том, что оно **всегда радостное**. У взрослой женщины есть печаль, боль, о которой она рассказывает в танце. А детям хочется радоваться, смеяться, играть - и поэтому мы делаем только радостные танцы!

Лучше всего фламенко развивает у ребенка **координацию движений**. В этом танце очень сложная координация движений рук и ног: например, дробь - быстрая, а руки в это время движутся плавно. Развивается хорошее **чувство ритма**. Укрепляются мышцы спины, появляется хорошая осанка - ведь во фламенко такая гордая, приподнятая **постановка корпуса!**

БАЛЕТ

ЛАРИСА АЛЕКСАНДРОВНА САВИНА,
педагог-хореограф, в
прошлом солистка
Театра оперы и балета:



Классика - основа основ. После классики проще освоить любую другую хореографию: и народную, и джазовую, и хип-хоп. Многие классика дает ребенку и просто для жизни: **осанка, гибкость тела, умение правильно держать себя и красиво двигаться** независимо от того, как сложены тело, ручки и ножки. Конечно, привычность к большим физическим нагрузкам и выносливость.

Классическая хореография дисциплинирует ребенка, развивает **память и внимательность**: нужно запоминать много мелких движений, тонкостей и нюансов. Если добавляются выступления на сцене, которые делают ребенка **уверенным в себе, общительным**, избавляют от комплексов, то в итоге мы получаем гармонично развитую личность, которая в жизни **обязательно добьется успехов**.

ДЖАЗОВЫЙ ТАНЕЦ

ЮЛИАНА МАРКОВА,
педагог-хореограф:



Физиология джазового танца **очень свободна, очень раскрепощена**. А за раскрепощением тела обязательно следует раскрепощение духа, внутренняя свобода. Результат - снятие различных блоков. Исчезают препятствия в общении с другими детьми, во взаимодействии с окружающим миром. Я люблю такое сравнение: **дети - это песок, джаз - вода**. Если в сыпучий песок добавить воды, из него можно сотворить чудесный замок.

Я всегда **старюсь ребенка заинтересовать**. Например, в джазе есть батман-танцю - движение, хорошо оформляющее стопы, но очень скучное - надо просто стоять и тянуть ножку по полу. А есть движения, которые дети готовы делать часами, - например, кувырок. Я учу ребенка кувырку и говорю: "Знаешь, у тебя все хорошо получается, но вот стопы неаккуратные..." И ребенок будет делать это нудное батман-танцю, потому что ему хочется, чтобы его кувырок получался лучше всех!

ГИМНАСТИКА

ВЛАДИМИР БОБРОВ,
мастер спорта по
спортивной
гимнастике:



Я преподаю гимнастику во многих местах, включая Школу олимпийского резерва. Но больше всего мне нравится работать с детьми, которые танцуют. Я учу их развивать тело так, чтобы не было ни боли, ни травм.

ТЕАТР

НАТАЛЬЯ БАРАБАНОВА,
преподаватель
театрального искусства:



На моих занятиях дети прежде всего учатся **держать себя - на сцене и просто в обществе**. Они открывают и развивают свою индивидуальность, свою личную "актерскую изюминку". И, конечно, перестают бояться публички, избавляются от различных комплексов. Мои ученики никогда не робеют, отвечая на экзамене!

Помимо актерского мастерства я даю детям основы сценической речи. Мы учимся говорить красиво, грамотно, с хорошей дикцией.

ВОКАЛ

МАРИНА ЩЕРБАКОВА,
преподаватель
вокала:



Танец и музыка - неразделимо слитые понятия. **Танец рождается из музыки и исполняет музыку**, ее содержание. Танцор овладевает своим телом, узнает технику танца и может в совершенстве исполнить любое па. Но ему также необходимо услышать музыку, чтобы суметь передать ее содержание языком танца.

Пение для ребенка - это, в первую очередь, **дыхание**. А дыхание уже влияет на очень многие процессы в организме. Что касается психики - на занятиях происходит некая социализация ребенка в коллективе: он учится самостоятельно принимать решения, контролировать себя, у него развиваются коммуникативные навыки. Занятия пением, музыкой - это еще и **творческое развитие**: иногда на уроке нужно импровизировать.

Я люблю сцену - люблю дарить людям свою любовь, свои чувства. И в преподавании так же: **любовь к ребенку - самое главное. Не будет любви - не будет ничего**. Большая радость для меня - видеть, что ребенок улыбается, ему интересно, что, **уходя с урока, он что-то напевает**.

БОЛЬШАЯ СЦЕНА - ДЛЯ МАЛЕНЬКИХ АРТИСТОВ!

В любой компании ваш ребенок все время пытается привлечь к себе внимание? Если его не замечают, он устраивает скандал "на ровном месте"? Это - особенность детской психики: ребенок хочет **всегда и везде быть звездой**, чего бы это ни стоило. Эта потребность сохраняется до 7 лет, а у некоторых детей проявляется и много позже. Можно сказать, **все дети - артисты**. Чем чаще они выходят на сцену, тем меньше им хочется "выступать" в жизни.

ТАНЕЦ - ДЛЯ ТЕЛА И УМА!

Танец - это движение, физическая нагрузка. Все знают, что она важна для здоровья, формирует красивую фигуру, осанку, выносливость. Все знают, что танец исправляет дефекты телосложения (например, выравнивает ноги и спину). Но есть медицинский факт, известный не всем: от **двигательной активности зависит развитие интеллекта**. У ребенка, который мало двигается, умственный потенциал не будет реализован полностью - даже если все свободное время посвящается занятиям английским, математикой и другими полезными предметами.

У человека, активно занимавшегося танцем в детстве, потребность в физических нагрузках остается на всю жизнь, и **нет проблемы "оторвать себя от дивана"**. Остается и способность запоминать и выполнять сложные движения. В любом возрасте такой человек без труда может освоить аэробику, йогу, фитнес - все, что связано с движением.

ТАНЕЦ - ДЛЯ УСТОЙЧИВОЙ ПСИХИКИ!

Современные психологи считают, что физическое и психическое напряжение взаимосвязаны. Каждый вид негативных эмоций - например, страх - заставляет напрягаться строго определенные группы мышц. Соответственно, прорабатывая и расслабляя эти мышцы, можно **избавиться от неприятных переживаний**. В танце задействуется множество мышц, и эффект релаксации обеспечен.

ТАНЕЦ - ДЛЯ КРАСОТЫ!

"Танцевальных" людей можно отличить с первого взгляда. В любом возрасте у них **красивая фигура и идеальная осанка**. Они создают и соблюдают свой **индивидуальный стиль** во всем - в одежде, причёске, макияже, манере держаться. Они следят за собой так, как будто все время находятся на сцене. Они **всегда улыбаются** - и, как добавил бы психолог, чувствуют себя счастливыми, потому что улыбаются!

ТАНЕЦ - ДЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ!

Чем бы вы ни занимались с ребенком, он все время отвлекается и вертится. Потому что его организм знает, что нужно двигаться, сидеть на месте для него **противоестественно**. В школе ему нужно будет соблюдать еще более строгие правила, поэтому нужно заранее приучить ребенка к дисциплине.

На занятиях танцем **дисциплина подается в движении**, через движение - и поэтому детям легче к ней привыкнуть.

В младших классах дети в основном слушают учителя - т.е. воспринимают знания на слух. А танец развивает аудиальный канал восприятия. Поэтому танцующему ребенку будет **легче даваться учеба в школе**.

ТАНЕЦ - ДЛЯ КРЕПКОЙ СЕМЬИ!

Родители наших учеников, как правило, интересуются жизнью школы, помогают детям готовиться к выступлениям. Концерт для них - **праздник, на который приходят всей семьей**. Когда вы аплодируете своему ребенку, восхищаетесь им, - это большое счастье и для него, и для вас.

ШКОЛА В ЦИФРАХ

- 220 учебных мест;
- 8 профессиональных танцевальных залов;
- дети от 3 до 12 лет;
- 3 стиля танца - классический балет, джаз, фламенко;
- 3 дополнительных предмета - гимнастика, вокал, театр;
- 6 классных педагогов, специализирующихся на отдельных предметах;
- 4 раза в год - шестидневные мастер-классы у лучших педагогов России;
- Занятия в НГХК, в 7 минутах ходьбы от метро Площадь Ленина.



МАЛЫШИ 3-4 ГОДА ДОШКОЛЯТА 5-6 ЛЕТ

Ученики школы делятся на "малышей" (3-4 года) и "дошколят" (5-6 лет). **Малыши** занимаются предметом "танец+вокал" - он развивает координацию движений, музыкальный слух и чувства ритма, без которых немислим танец. Таким крошечным детям нужно много любви и заботы, поэтому с ними работают одновременно два педагога и "няня"-администратор. Эти уроки обязательны и проходят 2 раза в неделю. Дополнительно 1 раз в неделю даются занятия гимнастикой. Общий недельный объем уроков - **2 ч 45 минут**.

У **дошколят** занятия усложняются - дети начинают изучать отдельно джаз, классику и вокал. Уроки по-прежнему проходят 2-3 раза в неделю (2 обязательных дня и 1 дополнительный), но недельная нагрузка вырастает до **4,5 часов**. Начинается отбор в концертные группы. Все занятия у "тигрят" проходят в форме игры, так что дети получают не только знания и навыки, но и море удовольствия!



ШКОЛЬНИКИ ОТ 7 ДО 12 ЛЕТ

Начинать учиться танцу нужно как можно раньше. Но только в школьном возрасте ребенок начинает танцевать **осознанно**, понимать стиль и хореографию. Все накопленные умения раскрываются **на сцене**, и детский танец становится по-настоящему зрелищным.

COLLEGE-DANCE - это проект для школьников от 7 до 12 лет. Это уже не игра, это серьезные занятия для **серьезно** настроенных маленьких танцоров. Они глубже изучают джаз и балет, начинают осваивать такие сложные предметы, как фламенко и акробатика. Чаще бывают **концерты** - мы выступаем не только перед родителями, но и на городских праздниках, тематических вечеринках, конкурсах (в т.ч. в других городах).

Занятия обычных групп проходят 3 раза в неделю, в концертных - 4 раза. Все занятия являются обязательными. Недельная нагрузка меняется от 4,5 ч (для обычных групп) до 9,5 ч (для концертных).



ИЩЕМ НАСТОЯЩИХ АРТИСТИЧНЫХ МУЖЧИН 9-11 ЛЕТ

Если ваш **сын** эмоционален, все время в движении и не может усидеть на уроках - скорее всего, он рожден для танца! Специально для таких ребят в нашей школе работает "Танцевальный спецназ" - концертная группа **мальчиков**. Наряду с необходимой классикой их учат чисто "мужским" дисциплинам - хип-хоп, брейк, акробатика. Это шанс стать звездой уже сейчас!

Занятия проходят 3 раза в неделю, общий объем - 6 ч/нед.

2. Есть ли у вас чётко сформулированные и оформленные правила школы, в которых указаны:

— **Порядок приёма** новых учеников в школу (даты основного набора, инструкция для поступающих);

— **Программа обучения**, прописанная на год вперед (дисциплины и нагрузка по каждому возрасту учеников);

— Дни, когда **ваша школа не работает** — праздничные дни, каникулы;

— **Обязанности** учащихся и родителей;

— Расписание **основных мероприятий** школы в течение учебного года (отчётные концерты, открытые уроки, мастер-классы и другие);

— Стоимость занятий и **порядок оплаты** обучения родителями учеников;

— Все **допустимые вами** ситуации возврата оплаты за обучение;

— Требования к **форме** и внешнему виду учеников;

— Все возможные причины, по которым ученики **отчисляются** из школы.

Например, так:

ПРАВИЛА ШКОЛЫ
на 2016-2017 учебный год

1. ПОСТУПЛЕНИЕ В ШКОЛУ

1.1. Сроки набора:

- Основной набор в школу проводится с сентября по до конца июня и с 20 августа до 7 сентября.
- дополнительный набор в школу проводится до конца февраля при наличии свободных мест.

1.2. При поступлении в школу необходимо:

- Зачесть справку о работе школы (50% мин).
- Выслать анкету-заявку на электронный адрес fo-dancehelp@yandex.ru, бланк анкеты необходимо скачать с сайта dancehelp.ru.
- В ответ на письменную заявку прислать письмо с приглашением на собрание для родителей.
- При возникновении вопросов отправить письмо на адрес fo-dancehelp@yandex.ru или позвонить по тел. 2-147-069 после 16:00.

2. ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ

В школе «FO DANCE» и «COLLEGE DANCE» мы даем начальное танцевальное образование детям от 3 до 11 лет всесторонне. Программа школы рассчитана на детей и родителей, которые серьезно интересуются танцами. Чтобы обеспечить качественное образование, учебный процесс проводится непрерывно в течение всего учебного года. При прохождении программы ученики имеют право на танцевальное образование в хореографическом колледже (при наличии данных).

ШКОЛА «FO DANCE»	
возрастные группы	дисциплины
3-4 года	1 группа: балет (2 дня в неделю) и 2 группа: балет (2 дня в неделю)
дошколята	классика (2 дня в неделю) и балет (2 дня в неделю)
5-6 лет	классика (1 день в неделю) и балет (1 день в неделю)
ШКОЛА «COLLEGE DANCE»	
возрастные группы	дисциплины
школьники	классика (2 дня в неделю) и балет (2 дня в неделю)
11 лет	гимнастика (2 дня в неделю) и балет (2 дня в неделю)

3. ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ШКОЛЫ:

3.1. Учебный год начинается в начале сентября и заканчивается 31 мая. Предусмотрены только одиннадцать в каникулы: с октября 22 декабря, 4 марта, 1 и 11 мая.

3.2. Ученик обязан:

- Посещать все занятия, предусмотренные учебным планом.
- На занятии приходить в школу в форме, установленной для данной группы. Требования в форме от мамы.
- Не опаздывать на занятия.
- Приводить на занятия не реже, чем за 20 минут. В противном случае необходимо дождаться своего ребенка в колл первого звонка.
- Минимум 10 минут побыть на занятии после окончания занятия.

3.3. Родители ученика обязаны:

- Своевременно проводить ребенка в школу.
- Своевременно до начала занятия оплачивать место своего ребенка в школе.
- Родители групп «Малышки» и «Дошколята» обязаны дождаться администратора, который проводит Вашего ребенка в класс для занятий. Администратор собирает детей в колл первого звонка не ранее, чем за 20 минут и не позднее 5 минут до начала урока.
- Родители во время учебного процесса не проводят дальше колл первого звонка, кроме исключительных случаев, в ином случае отпустив урок, повредив ребенка и отменяя занятие.
- Во время проведения открытого урока и праздничного праздника родители своевременно приводят детей, которых администратор уводит за до занятия. Родители надевают багеты (уборка зонта с собой занеся обувь) и ждут приглашения администраторов в колл первого звонка.
- При принятии решения об уходе из школы, при желании перевести ребенка в другую группу, а также по всем вопросам, не связанным с правилами, отправлять письмо на адрес fo-dancehelp@yandex.ru.
- В начале учебного года предоставляется образец отчета об отсутствии преподавателей для занятии хореографической группы.

ПРИ СИСТЕМАТИЧЕСКОМ НАРУШЕНИИ ПРАВИЛ УЧЕНИКОМ ИЛИ ЕГО РОДИТЕЛЯМИ УЧЕНИК ОТЧИСЛЯЕТСЯ ИЗ ШКОЛЫ

4. ОСНОВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ШКОЛЫ:

Группы	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май	июнь
Малышки		открытие уроков	новогодний праздник					открытие уроков	заключительный концерт	
Дошколята		открытие уроков	новогодний праздник					открытие уроков	заключительный концерт	
Школьники		танцевальный конкурс	праздник	балет	балет	балет		открытие уроков	заключительный концерт	балет

5. ОПЛАТА:

Группы	годовая стоимость	Оплата за учебный год											
		сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	
Малышки	2 000	20 000	2 100	2 400	2 400	2 400	2 100	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400
Дошколята	2 000	22 000	2 100	2 300	2 300	2 300	2 100	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300	2 300
Школьники	2 000	27 000	2 500	4 000	4 000	4 000	4 000	3 500	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000

6. ВОЗВРАТ ОПЛАТЫ И ВЗНОСА:

- Если дети не начали занятия, так и родители не в течение 14 дней после начала действия своего первого абонемента по любому причине оплачивается полностью обучение, то он возмещается из учебного взноса в полном объеме.
- Если дети не начали занятия, так и родители не в течение 14 дней после начала действия своего первого абонемента по любому причине оплачивается обучение, то он возмещается из учебного взноса в полном объеме.
- Стоимость годового обучения не уменьшается на занятия, прогулы по болезни или по другим причинам.

7. ФОРМА ДЛЯ ЗАНЯТИЙ:

Группы	Девочки	Мальчики
Малышки	ОСНОВНЫЕ УРОКИ: белая обувь/белые носочки, белая блузка, белая туника	ОСНОВНЫЕ УРОКИ: белая обувь/белые носочки, белая блузка, белая туника
Дошколята	ОСНОВНЫЕ УРОКИ: белая обувь/белые носочки, белая блузка, белая туника	ОСНОВНЫЕ УРОКИ: белая обувь/белые носочки, белая блузка, белая туника
Школьники	ОСНОВНЫЕ УРОКИ: белая обувь/белые носочки, белая блузка, белая туника	ОСНОВНЫЕ УРОКИ: белая обувь/белые носочки, белая блузка, белая туника

Вся форма однотонная (без надписей, картинок, блесков, страз и т.д.)

Магазины, в которых продается танцевальная форма:

- Магазин «ТА-ДЕ-ДА» - ТД «Трой», ул. Гоголя, 121
- Магазин «Чайник», Красный пр. 157/1 на т.п. Карамана
- «Детский мир»
- Специальные магазины для хореографического танца: магазин «Серега» - ул. Дзержинский, д. 5, 4-й подъезд, тел. 220-40-27
- Другие детские или спортивно-магазины

Внимание! Танцевальная форма для школьников, в ином случае предоставляется школой для всех абонементов! Прошлые формы для хореографического танца можно сдать для продажи (в.б.). Основная форма приобретается в вышеуказанных магазинах.

3. Есть ли у вас страница в интернете, через которую потенциальные клиенты могут оформить заявку на поступление в вашу школу, а также с легкостью проконсультироваться по любому интересующему их вопросу?

Удовлетворяет ли эта страница следующим требованиям:

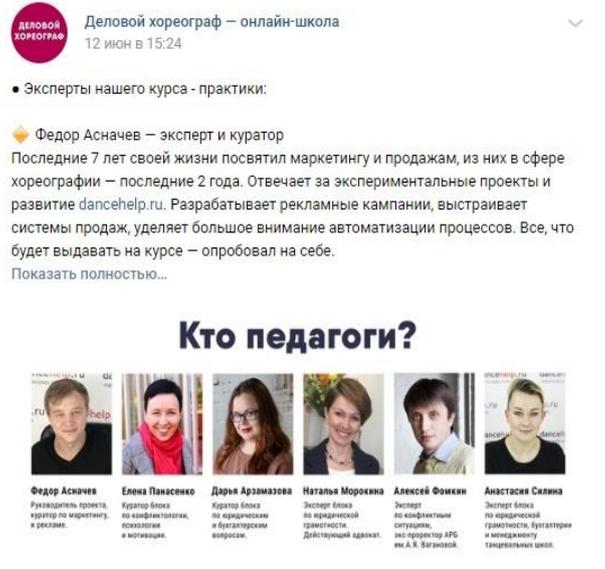
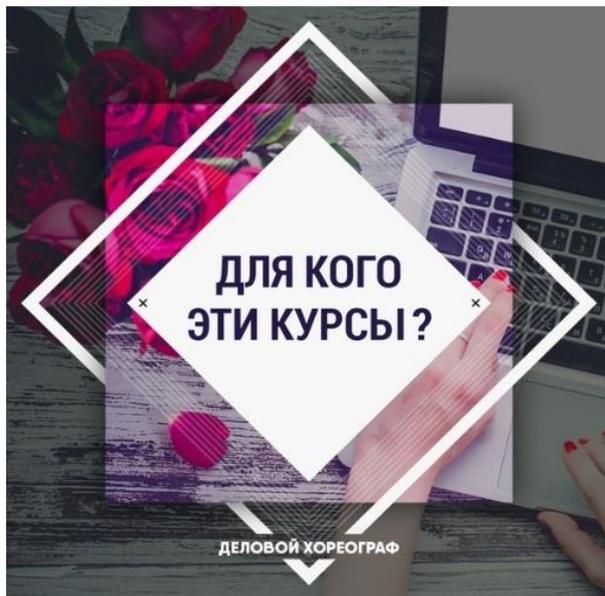
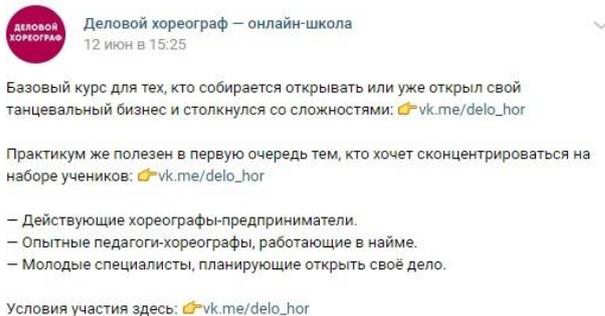
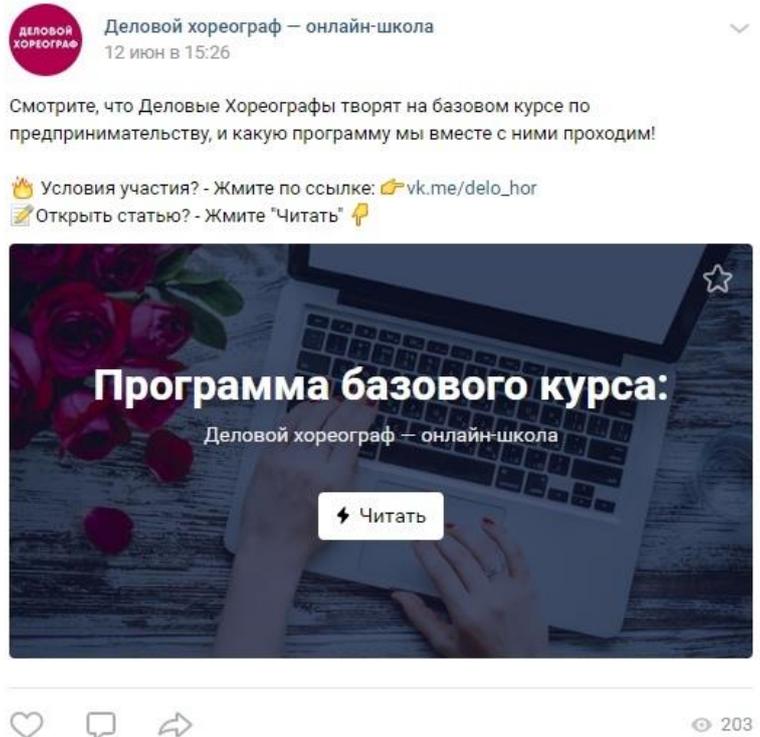
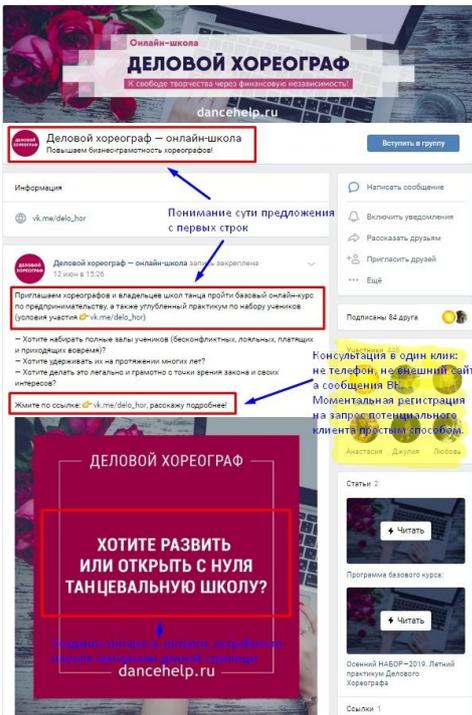
— Она обращена к **новым** клиентам, а не к имеющимся;

— За первые 5 секунд посещения посетитель может понять, **что вы предлагаете**, для кого и почему это будет для него важным;

— Она создает интригу, **потребность** узнать **подробности** о вашей услуге, которых на данной странице нет;

— Каждый информационный блок только **усиливает** желание узнать **подробнее** об условиях обучения у вас и призывает к совершению ровно **одного действия**, которого вы ждете от потенциального клиента (связаться с вами максимально **простым** для него способом).

Пример такой страницы:





Деловой хореограф — онлайн-школа
12 июн в 15:22

⚠️ **ВАЖНО!** Мы считаем, что наиболее гарантированный и стабильный доход в наше время педагог-хореограф может получить в первую очередь через работу с малышами и детьми дошкольного и младшего школьного возраста.

• Учебная модель, которую мы вам презентуем, ориентирована именно на младших детей. Если вы работаете с этой возрастной группой — замечательно, вы точно по адресу. Если же вы ориентированы на более взрослых, то относитесь к нашим инструментам со всем вниманием, их можно адаптировать и под ваши задачи.

Подробности курса спрашивайте в сообщениях: vk.me/delo_hor



Деловой хореограф — онлайн-школа
12 июн в 15:21

Если вы до сих пор не понимаете, чем наши образовательные программы могут вам помочь, напишите Федору: vk.me/delo_hor

Он задаст вам уточняющие вопросы и подскажет, с чего следует начинать и на чем сконцентрироваться.



40



Деловой хореограф — онлайн-школа
12 июн в 15:22

• По сертификату

Нас часто спрашивают: а будет ли сертификат? а что он дает? а что в нем написано? Предлагаю прямо сейчас разобраться с этим.

♦ Во-первых, сертификат будет. После изучения вами всех материалов и выполнения домашних работ мы традиционно выдаем документ, подтверждающий ваше обучение.
Показать полностью...



55

4. Есть ли у вас чётко прописанная рекламная кампания, приводящая потенциальных клиентов на вышеуказанную страницу, через которую они связываются с вами?

Удовлетворяет ли эта рекламная кампания следующим требованиям:

— Вы знаете **количество** вашей потенциальной целевой аудитории и **специфику** района, где она проживает;

— Ваши рекламные объявления **притягивают** именно тех, кого вы хотите видеть на своих родительских собраниях, учитывая **особенности** района;

— У вас есть **выделенный** рекламный бюджет на **несколько** рекламных каналов (например: геотаргетинг ВКонтакте, хенгеры на дверные ручки в подъездах, платный рекламный пакет сервиса 2gis.ru);

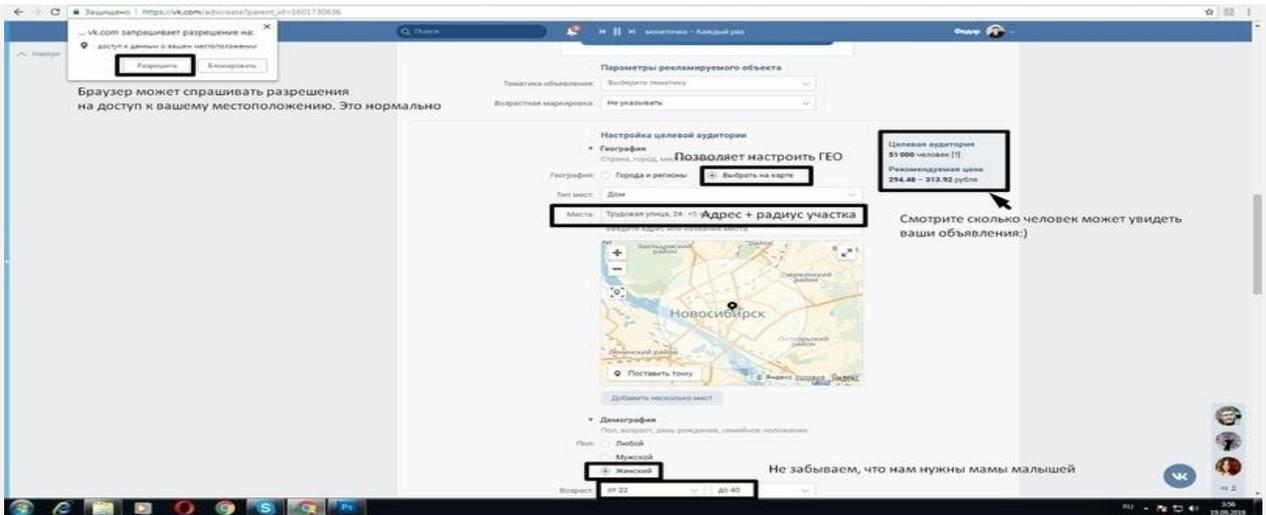
— Вы знаете **стоимость «соприкосновения»** с потенциальным клиентом в **каждом** рекламной канале;

— Вы знаете стоимость **входящего обращения** от потенциального клиента (телефонного звонка, сообщения ВКонтакте, участия в опросе под постом во ВКонтакте, заявка на сайте и т.д.);

— Вы понимаете, как **оперативно** увеличить охват целевой аудитории, если входящих заявок недостаточно, или остановить рекламную кампанию, если группы набраны;

— У вас есть чёткая стратегия общения (**скрипты**) с каждым потенциальным клиентом, обратившимся с используемых рекламных каналов.

Примеры учебного геотаргетинга ВКонтакте (базовая настройка + объявление), хенгеров (вид спереди и сзади), таблицы учета клиентов (с примером заполнения), алгоритма общения с потенциальным клиентом, которые демонстрируются на курсе:



Федор Асначев
Рекламная запись

Ребенок часто капризничает? - Приводите его на танцы!

Мы занимаемся совсем рядом с вашим домом в Русско-Немецком доме на Орджоникидзе. Есть три группы: 3-4, 4-5 и 5-6 лет. Занимаемся ритмикой, гимнастикой и сами хореографии. Все способствует раннему развитию, здоровью и спокойствию детей :)

Если вы мама, напишите мне, скину расписание и подробности о наших занятиях:
<https://vk.com/fasnachev>



У ВАС КАПРИЗУЛЯ?

РОДИТЕЛИ ДОШКОЛЯТ! А вы сталкиваетесь с проблемой развития ребенка?

Федор Асначев
Публичный опрос

Конечно! Я часто в поиске развивающих занятий

Нет! Мой ребенок всегда при деле

У меня нет времени! Мой ребенок занимается сам

Я не родитель дошкольника, но любопытно...

Проголосуйте первым!

Приглашение на экскурсию



Узнаете этот красивый забор?

А знаете ли вы, какие возможности для вашего ребенка скрываются за ним?

Балетная Школа Сибири
Новосибирское государственное хореографическое училище

ИЗ КАПРИЗУЛЬ — В ТРУДЯЖКИ!



3-5 лет

Как научить малыша получать удовольствие от труда, а не от пустых развлечений?

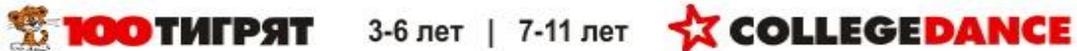
+7-913-481-2174

Узнайте все о программе, расписании и условиях!

Подать заявку:
vk.com/dancekids_ru

5. Есть ли у вас прописанный сценарий родительского собрания, а также раздаточные презентационные материалы, которые вы отдаёте и показываете родителям во время собрания?

Пример анкеты для родителей:



АНКЕТА РЕБЕНКА

Фамилия имя: **Иванова Катя**
(указывать семейное имя ребенка)

Дата рождения: 06.12.2013

Адрес: г. Новосибирск, ул. *****, д. **, кв. ***
(город, улица, дом, квартира)

№ детского сада: 12

Контакты:

мама	ФИО	Иванова Елена Тимофеевна	
	тел. сотовый (федеральный формат)	+7 *** ** * **	
	тел. домашний		
	тел. рабочий		
	e-mail	@mail.ru	

папа	ФИО	Иванов Иван Иванович	
	тел. сотовый (федеральный формат)	+7 *** ** * **	
	тел. домашний		
	тел. рабочий		
	e-mail	@gmail.com	

Бабушка, няня, ...	ФИО		
	тел. сотовый (федеральный формат)		
	тел. домашний		
	тел. рабочий		
	e-mail		

ЗАЯВЛЕНИЕ

От _____ Ивановой Елены

Тимофеевны _____

Прошу записать моего ребенка в группу _____ (см. расписание)
на 2015-2016 учебный год. С правилами работы школы ознакомлен и согласен.

« _____ » _____ 201__ г. подпись _____

(дату и подпись ставим после родительского собрания)

Уважаемые родители!

Ответьте на любой из трех вопросов:

Как вы относитесь к творчеству Баланчина?	
Как вы относитесь к творчеству Пины Бауш?	
Какие педагогические взгляды А.С. Макаренко Вы разделяете?	

6. Есть ли у вас уверенность в своих ораторских способностях, внешнем виде и подготовленности, которые необходимы при проведении родительских собраний и других публичных мероприятий вашей танцевальной школы?

7. Есть ли у вас (и вы можете это незамедлительно продемонстрировать) бланк договора с родителями, в котором вы уверены и которым юридически защищены от различных форс-мажоров?

Пример первой страницы одного из договоров, рассматриваемых на курсе в юридическом блоке:

ДОГОВОР № _____
на оказание платных услуг

г. Новосибирск
« _____ » _____ 20__ г.

Индивидуальный предприниматель _____
именуемый в дальнейшем «Исполнитель» с одной стороны, и
гр. _____ (Ф.И.О.родителя),
именуемый в дальнейшем «Заказчик» («Потребитель»), с другой стороны
действующего в интересах несовершеннолетнего лица
(Ф.И.О несовершеннолетнего лица, дата рождения), именуемый в дальнейшем
«Участник», совместно именуемые «Стороны», заключили настоящий Договор о
нижеизложенном:

1. Предмет договора

1.1 Предметом договора, является предоставление услуг по организации и проведению
концертных мероприятий (далее по тексту: «Услуги»), а заказчик обязуется оплатить
«Услуги».

1.2 «Заказчик» поручает, «Исполнитель» принимает на себя обязательства по оказанию
«Услуг» в срок с « _____ » _____ 20__ г. по « _____ » _____ 20__ г.

2. Права «Сторон»

2.1 Исполнитель вправе:

2.1.1 Самостоятельно осуществлять подготовку к концертным мероприятиям.
2.1.2 Самостоятельно формировать состав участников для танцевальных номеров.
2.1.3 Самостоятельно подбирать репертуар, сценические костюмы, концертные площадки
для выступлений.
2.1.4 Самостоятельно определять количество выступлений на концертных мероприятиях.
2.1.5 Самостоятельно организовывать поездки на фестивали, конкурсы по Российской
Федерации, так и за ее пределами.

2.2 Заказчик вправе:

2.2.1 Своевременно получать информацию от исполнителя по вопросам организации и
обеспечения надлежащего предоставления услуг, предусмотренным разделом 1
настоящего договора

2.3 Участник вправе:

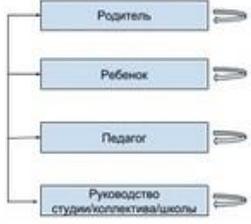
2.3.1 Своевременно получать информацию от исполнителя по вопросам организации и
обеспечения надлежащего предоставления услуг предусмотренным разделом 1
настоящего договора
2.3.2 Пользоваться в порядке, установленном исполнителем, реквизитом и сценическими
костюмами (за исключением обуви и нижнего белья), необходимым для осуществления
концертных мероприятий.
2.3.3 Принимать в порядке, установленном исполнителем, участие в концертных
мероприятиях.

Примечание [И1]: Скорее всего это завуалированный договор на защиту детей хореографов, делая так, чтобы юридические ущемления, в котором «работает ИП хореограф», было сложным.
ИО!!! В случае возникновения спорной ситуации – реальная правовая природа договора будет раскрыта.
В «бюдж» такая форма не годится!!!!!!
Любопытным, админ просит!

Примечание [И2]: Требуется ясность в описании предмета договора: «Какие услуги?» за что платит Заказчик? Подробное описание.

8. Есть ли у вас (и вы можете это продемонстрировать) классификация всевозможных конфликтных ситуаций, возникающих в ходе работы танцевальной школы между всеми участниками образовательного процесса с пониманием ваших действий в каждой ситуации?

Например, в таком виде, как эта предварительная программы нашей учебной лекции, посвященной конфликтологии от экс-проректора АРБ, психолога Алексея Фомкина.



Прикладная конфликтология в работе танцевальной студии/школы/коллектива

- Что такое конфликт? Природа конфликтов? Явный и неявный конфликт.
- Участники конфликтов (конфликтные пары), виды конфликтов и способы их разрешения/профилактики:
 - Родитель - Ребенок**
 - Ты плохо занимаешься
 - Тебе это не нужно
 - Родитель - Педагог:**
 - Я лучше знаю, как учить моего ребенка
 - Мой ребенок особенный
 - Вы не следите за детьми
 - Родитель - Руководство:**
 - Почему я должен платить за это?
 - Нам нужен другой педагог
 - Регламент нам ни причем, мы требуем индивидуального подхода
 - Вы травмировали моего ребенка
 - Родитель - Родитель (родители на территории студии/кружка/коллектива или по причине):**
 - Почему Твой Вася обижает моего Колю?
 - Твой Коля украл у моего Васи телефон
 - Ребенок - Родитель:**
 - Я никогда не пойду
 - Ребенок - Педагог:**
 - Я не буду это делать
 - Я прыгну с табурета и скоро сломаю себе ногу
 - Ребенок - Руководство:**
 - Украду, пока никто не видит
 - Ребенок - Ребенок (дети между собой или ребенок - группа детей):**
 - Вася, на тебе в глаз!
 - Дюда валить его гурьбой!
 - Педагог - Родитель:**
 - Ваш ребенок...
 - Вы мне мешаете работать
 - Что вы о себе возомнили?
 - Педагог - Ребенок**
 - Почему ты это не делаешь?

- Ты наказан
- Ты сто такой, я тебя не слышу?
- Ты мало работаешь

Педагог - Руководство

- Много работы и мало платят
- Мне нужны другие дети
- Мне не подходит этот регламент
- Вы не можете меня уволить
- Я творец - я знаю, как надо делать
- Я не хочу учиться
- Вы меня не замечаете

Педагог - Педагог (коллеги между собой)

- Зачем ты портишь мне детей? (если занимаются параллельно)
- Слетели
- Ревность к руководству и к детям

Руководство - Родитель

- Вы не соблюдаете регламент

Руководство - Ребенок

- ???

Руководство - Педагог

- Вы не компетентны
- Вы уволены

Руководство - Руководство (партнеры между собой)

- Ка? делить деньги?
- Ты работаешь меньше меня?

Где жирным выделен инициатор конфликта.

Каждый вид конфликта можно разобрать по схеме:

- Инициатор Родитель
- Видимая причина/реальная причина
- Стратегия выхода из конфликта (глазами участника, глазами руководителя)
- Профилактика подобного конфликта, чтобы избежать в будущем

- Внутренние конфликты, которые приводят к революции:
 - Родители (нереализованные амбиции)
 - Дети (желание делать другое, но боязнь опустышаться родителей)
 - Педагоги (несостоятельность финансовая, несостоятельность творческая)
 - Предприниматели/руководство (несостоятельность финансовая, несостоятельность творческая)
- Инструментарий руководителя студии/школы/коллектива по профилактике конфликтов:
 - Регламент/Культура компании - требования клиентам и сотрудникам
- В каких случаях следует обращаться к сторонним экспертам? (психологам, юристам и т.д.)
- Как связаться с вами?

9. Разбираетесь ли вы сами в вопросах бухгалтерии, налоговой отчетности и других финансово-юридических аспектах работы своей компании или отдаёте это на откуп внешних экспертов и сервисов?

Пример сервисов: Контур.Эльба, Мое Дело, Тинькофф

10. Разбираетесь ли вы в основных юридических аспектах работы хореографа-предпринимателя?

План лекции «Юридическая грамотность для хореографов»

- **Формы собственности (Самозанятость, ИП, ООО, ЧУДО, Фонд...):**
В каких случаях критично становится официальным?
Как понять, какая форма больше подходит?
Плюсы и минусы каждой.
Почему на старте не нужна никакая лицензия? И вообще не нужна чаще всего.
Налоговая отчетность
Способы экономить на налогах, пошлинах и прочих расходах, связанных с формой собственности.
Нужен ли бухгалтер или лучше самому разбираться в вопросах?
- **Найм педагогов:**
Когда следует задуматься об официальном трудоустройстве сотрудников?
Как грамотно устроить сотрудника?
Как грамотно уволить?
Нормы заплата и рабочей нагрузки, отпуска и прочее.
Как минимизировать издержки, которые необходимо нести при официальном трудоустройстве?
Рабочие инструкции и другие документы, которые обеспечат юридическую безопасность работодателя и работника.
- **Аренда помещения:**
Как оформить договор аренды, чтобы не было проблем в будущем?
Ремонт помещения
Порча имущества
Ответственность за зал (пожарная безопасность и прочее).
- **Санитарные нормы:**
Площадь на человека
Оборудование зала
Свет, тепло и т.д.
Кто может спросить за это?
Как прикрыться, в случае чего?
Как часто происходят обновления постановлений? Как не отстать от жизни?
- **Учебная программа:**
В каких случаях необходимы специально оформленные образовательные программы?
Нормы учебной нагрузки для учеников
Нормы рабочей нагрузки для педагогов
Количество и продолжительность занятий
- **Работа с родителями:**
Прием денег и Договор
Родительский совет, спонсоры и т.д. - как безопасно использовать эти возможности?
Акты собраний родительского совета
Финансовая отчетность перед родительским советом
Травмы
- **Маркетинг:**
Закон о рекламе
Чего нельзя использовать в рекламных материалах?
Персональные данные
Проникновение в подъезды
Развешивание рекламы на дверные ручки.
- **Авторские права на музыку и постановки:**
Как защитить свои?
Как не нарушить чужие?
Как нарушать так, чтобы это было безопасно?

Набор сотрудников.

Команда необходима в любом случае — являетесь ли вы уже действующим предпринимателем или только начинаете идти по пути к своему делу. Если в первом случае у вас достаточно ресурсов, чтобы нанимать сотрудников (это могут быть педагоги, администраторы или рекламные специалисты), то во втором случае придётся обратиться к помощи родных и близких, старых знакомых — тех, кто готов поддержать вас на старте безвозмездно или за минимальную плату.

Однако, прежде чем брать людей в команду, разберитесь: а каким командным игроком являетесь вы сами? И каких командных игроков вам недостает?

Тест Ицхака Адизеса: Разбираемся, к чему склонны мы, и кем нас можно усилить.

Вообще, Ицхак Адизес — один из самых умных людей планеты. У него консультируются Coca-Cola, Bank of America, Volvo, Visa Group и много других компаний с мировым именем.

Если вам интересно покопаться в его личности и методике, можно почитать этот сайт: <http://adizes.ru/ichak-adizes/>

Как его тест помогает нам:

Во-первых, если пройти тестирование и публично озвучить результаты, то это позволяет избегать конфликтов между сотрудниками коллектива. Таким образом, вы начинаете понимать, к каким действиям склонен тот или иной человек. И если вдруг он начинает проявлять себя как непереубедимый производитель результата или неугомонный поджигатель (подробнее об этих типах ниже расскажет Даша), то к этим качествам вы будете относиться уже с пониманием. К вашим «особенностям» коллеги и партнеры начнут относиться соответственно.

Во-вторых, если вы понимаете, что вам в команду недостает того или иного типа личности, то у вас есть инструмент, чтобы среди множества вариантов выбрать именно тот тип, который удовлетворяет вашим требованиям. Просто протестируйте кандидата :)

Ссылка на тест: <http://paei.denero.ru/>

Производитель. Администратор. Предприниматель. Интегратор.

Четыре роли — четыре стороны одного человека. В каждом из вас представлены все они, но в разных пропорциях. Как правило, одна или две из них сильнее, чем другие — это видно по цифрам.

Производитель — способный регулярно и хорошо выполнять работу, нацеленный на краткосрочные результаты. Склонен закопаться в повседневных делах.

Администратор — способный разбираться в цифрах, документах, деньгах, нацеленный на хорошо выстроенные процессы и эффективность. Не всегда может находить хорошие идеи, бывают проблемы с коммуникацией.

Предприниматель — фонтанирующий идеями, слегка перфекционист, нацелен на долгосрочные результаты и с лёгкостью видит перспективы. Иногда идеи возникают слишком часто, что мешает ему достигнуть цели.

Интегратор — лидер, человек способный построить команду, нацеленный на эффективное взаимодействие людей и благоприятную психологическую атмосферу.

Более глубоко и фундаментально можно познакомиться с этой темой здесь: <http://adizes.ru/adizes-methodology/management-styles-paei/>

Или в книгах Ицхака, вроде этой: [«Идеальный руководитель: почему им нельзя стать и что из этого следует»](#).

Второй тест — тест на Архетипы: понимаем, к какому архетипу мы относимся, и что из этого следует.

Этот тест можно пройти по ссылке: <http://test.brandme.agency/>

Архетип (как «старый тип») представляет собой устойчивые образы, которые были заложены испокон веков и переходили из поколения в поколение: некие стереотипы из прошлого. Если мы скажем слово «герой», «мудрец», «победитель» — возникает образ, набор характеристик, причем, одинаковых у каждого из вас! Спросите у детей: «Какой в твоём понимании герой?»- убедитесь, они опишут правильно.

Есть теория Карла Густава Юнга — теория архетипов — в которой описаны 12 самых устойчивых образов (их больше, но это основные).

Каждому из архетипов соответствуют определенные образы, стилистика, цвета, манера поведения и образ мышления.

У каждого из архетипов есть базовые ценности.

— Незаменимость и самореализация – искатель, мудрец

— Риск, мастерство – герой, бунтарь, маг...

И так далее.

А если кто хочет копнуть глубже, есть неплохой материал вот здесь:
<http://yulialos.com/archetypes/kak-ispolzovat/#>

Если захочется копать еще глубже, то почитайте книгу Изабель Бриггс Майерс и Питера Майерса «МВТИ: определение типов. У каждого свой дар».

Концепция «Участкового Хореографа»

Модель участкового хореографа состоит из технологий:

— Реклама

Какую рекламу разрабатывать и как ее распространять в течение года? Она порождает обращения в социальных сетях или телефонные звонки и приводит клиентов.

— Общение с потенциальными клиентами

Как общаться с потенциальными клиентами, чтобы они с наибольшей вероятностью пришли к вам на собрание? Общение ведется лично, в соц.сетях, мессенджерах и по телефону.

— Проведение родительских собраний

Собрания — это шоу! Как их проводить, чтобы 80% родителей без раздумий отдавали вам своего ребенка, а 20% убежали с собрания в ужасе?

— Донабор и удержание учеников в течение года

Адаптация новичков, отчетные концерты и открытые уроки, работа с должниками и умение решать конфликты, ... — Родители будут водить своего ребенка к вам, даже если он сломает (а такое бывает) на занятиях ногу.

— Ведение клиентской базы

Каждое обращение с рекламы — это сокровище. Как удержать в голове всех родителей и ничего не упустить в работе с ними? — Перезвонить, отправить анкету, напомнить про оплату и многие другие нюансы.

Результатом грамотного использования этих технологий являются наполненные под завязку группы в течение всего года и, соответственно, максимально возможная прибыль.

По нашей задумке участковый хореограф является неким «мультипликационным» героем, который берет на себя ответственность за здоровье, правильную осанку и хореографическое развитие всех малышей-дошколят в радиусе 3-5 км от своего танцевального зала. Это его миссия. Он работает там, где живет. Его узнают на улицах даже те, кто не ходит на занятия, когда он идет в магазин за продуктами... некий хореографический супергерой.

Способы работы участкового хореографа простые и максимально эффективные — как железный лом. Если у него нет денег на рекламу — он пойдет на детские площадки знакомиться с мамами малышей, начнет заходить в дома и организует перепись малышей в каждом подъезде.

Его главное качество — активность, он не ждёт у моря погоды. И чем больше участковый хореограф излучает своей энергии и харизмы, тем больше молвы о нем распространяется по району

Юридическая грамотность

Никто не может по щелчку пальцев выйти на большой доход, да ещё и полностью «белый». У каждого из вас будет свой маршрутный лист на этом пути и свои ступеньки. Главное — не бояться пробовать!

Многие заблуждаются, думая, что ООО рискует только уставным капиталом, который большинство регистрируют в размере 10 тысяч рублей. Так было раньше. Однако теперь учредитель ООО несёт риски своим имуществом точно также, как и ИП! А значит, не имеет смысла усложнять себе жизнь документацией, пока у вас нет годового оборота в 30 миллионов рублей :)

Основной и самой подходящей формой коммерческой деятельности для хореографа, как мы считаем, является индивидуальное предпринимательство. Поэтому именно его мы разберём более подробно. Также вкратце расскажем и про другие возможные формы – быть может, кто-то из вас решит, что они больше подойдут для своего дела.

Небольшая схема, какие варианты могут быть:



Самозанятый

С 1 января 2019 года до 2028 года в России запустили пилотный проект в 4 регионах страны с налогом в 4% на доход, полученный от реализации товаров и услуг для других физ.лиц, и 6% на доход при продаже товаров и услуг для юридических лиц и ИП. На данный режим налогообложения можно претендовать при доходах не более 2,4 миллиона рублей в год (200 тысяч рублей в месяц).

При этом самозанятые освобождаются от уплаты страховых взносов и ведения отчётности.

В число тестовых регионов вошли **Москва, Московская и Калужская области, а также Татарстан.**

Что касается остальных регионов страны — они могут по собственному желанию подключиться к проекту с 2020 года, если в 2019 он пройдет успешно. Поэтому стать самозанятым в других областях РФ в рамках проекта в следующем году пока невозможно.

Отсюда появляется новое понятие:

Профессиональный доход — это доход физических лиц от деятельности, при которой они не имеют работодателя и не привлекают наемных работников по трудовым договорам, за исключением доходов, указанных в пункте 2 статьи 6 настоящего Федерального закона.

Как стать самозанятым?

Для постановки на учет в ФНС необходимо **установить на свой смартфон мобильное приложение «Мой налог» (в 4 экспериментальных регионах)** и пройти простую регистрацию. Для этого понадобятся паспортные данные и фотография.

В остальных регионах можно обратиться в ФНС лично и заполнить заявление, вас поставят на баланс. При этом у вас действуют налоговые каникулы до 2020 года. По истечении налоговых каникул, если ваш регион не присоединится к экспериментальному проекту, необходимо будет решить: прекратить заниматься своей деятельностью, стать индивидуальным предпринимателем или уплачивать НДФЛ по ставке 13%.

Свидетельства для самозанятых лиц пока нет, отдельный счет открывать специально пока не нужно.

Налогообложение и отчетность

В Новосибирске в 2019 году действуют **налоговые каникулы** (в ваших регионах, если они не подпадают под эксперимент, скорее всего также, но лучше уточнить). **Отчетность в ФНС не подаётся.**

Для экспериментальных регионов с 2019 года:

— **налог в 4%** на доход, полученный от реализации товаров и услуг для других физ.лиц;

— **налог в 6%** на доход при продаже товаров и услуг для юридических лиц и ИП.

— страховые взносы оплачивать не нужно (взнос в ФОМС в размере 1,5% уже включен в налог).

— взносы в ПФ РФ оплачивать не нужно (но можно будет платить взносы в ПФР на добровольной основе для того, чтобы увеличить размер будущей пенсии).

Налоговый период — 1 календарный месяц. Уплата налога осуществляется в срок не позднее 25 числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом.

Первичный налоговый вычет — 10 000 рублей. Срок использования налогового вычета не ограничен. Уменьшение суммы налога на сумму налогового вычета осуществляется налоговым органом самостоятельно.

Отчётность (налоговая декларация) в ФНС **не подаётся**.

Порядок расчётов

Для экспериментальных регионов:

Передача сведений о произведенных расчетах в налоговый орган осуществляется автоматически при формировании чека в мобильном приложении «Мой налог». При этом самозанятый **обязан сформировать в приложении чек и выдать клиенту в бумажном и/или электронном виде**.

Штрафы

Штраф предусмотрен **только для самозанятых** граждан, которые прошли **официальную регистрацию в 4 экспериментальных регионах РФ**, которые перечислены выше. Штрафы предусмотрены **ТОЛЬКО** для них.

1. Штраф можно получить, **если не выдать чек в приложении** своему клиенту. Или если **нарушить порядок или сроки выдачи чека**.

2. Размер штрафа составит **20% от суммы расчета, но не менее 1000 рублей**.

3. **При повторном нарушении** в течение 6 месяцев, влечет взыскание штрафа с указанных физических лиц в **размере суммы расчетов, на которую не сформирован фискальный чек, но не менее 5000 рублей**.

4. В проекте нет ни слова о том, чтобы штрафовать вообще на весь доход, который можно будет доказать. Только за нарушения при работе с фискальными чеками.

Вывод: Пока что ситуация с самозанятостью до конца неясна. Закон только приняли — и как на практике будет работать такая система — пока что неизвестно.

ИП (Индивидуальный предприниматель)

С точки зрения закона — это физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке, имеющее право на ведение предпринимательской деятельности без образования юридического лица (ООО, ЗАО и т.д.). Иначе говоря, это тот же физик, но с законными **правами на ведение коммерческой деятельности.**

Самое главное, что нужно запомнить: 26 мая — День российского предпринимательства:)

Ниже мы привели для вас основные «плюсы и минусы» индивидуального предпринимательства.

ХОРЕОГРАФ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

ПРЕИМУЩЕСТВА:

- упрощенность процессов создания и ликвидации бизнеса;
- свободное использование собственной выручки;
- не платится налог на имущество, используемое в предпринимательской деятельности;
- упрощенный порядок ведения учета результатов хозяйственной деятельности и предоставления внешней отчетности;
- упрощенный порядок принятия решений (не требуется собраний, протоколов и т. п.);
- можно использовать в предпринимательской деятельности счёт и банковские карты, оформленные на физическое лицо.

НЕДОСТАТКИ:

- отвечает по обязательствам своим имуществом;
- не может получать некоторые лицензии (например, на розничную торговлю алкоголем, некоторыми лекарствами или сильнодействующими ядами);
- согласно сложившейся практике, некоторые компании отказываются работать с ИП (так как ИП, находясь в большинстве случаев на УСН, не платят НДС с работы или товара в бюджет и делать это приходится работающим с ними компаниям, что для них невыгодно, особенно, если они применяют схемы «оптимизации налогообложения»).

Как видите — плюсов чуть больше, чем минусов. К тому же, отчётность ИП достаточно проста. Поэтому в большинстве случаев для деятельности хореографов ИП идеально подходит.

Как зарегистрировать ИП?

Регистрация самого ИП – достаточно проста и занимает минимум времени – со дня подачи пакета документов до получения уведомления о регистрации пройдет всего лишь **3 дня**.



!! Регистрация ИП осуществляется по месту регистрации, указанному в паспорте.

Как зарегистрировать ИП, если я не могу приехать в ФНС по месту регистрации в паспорте?

Полную информацию о регистрации ИП вы также можете прочитать в Федеральном законе "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" от 08.08.2001 N 129-ФЗ:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/

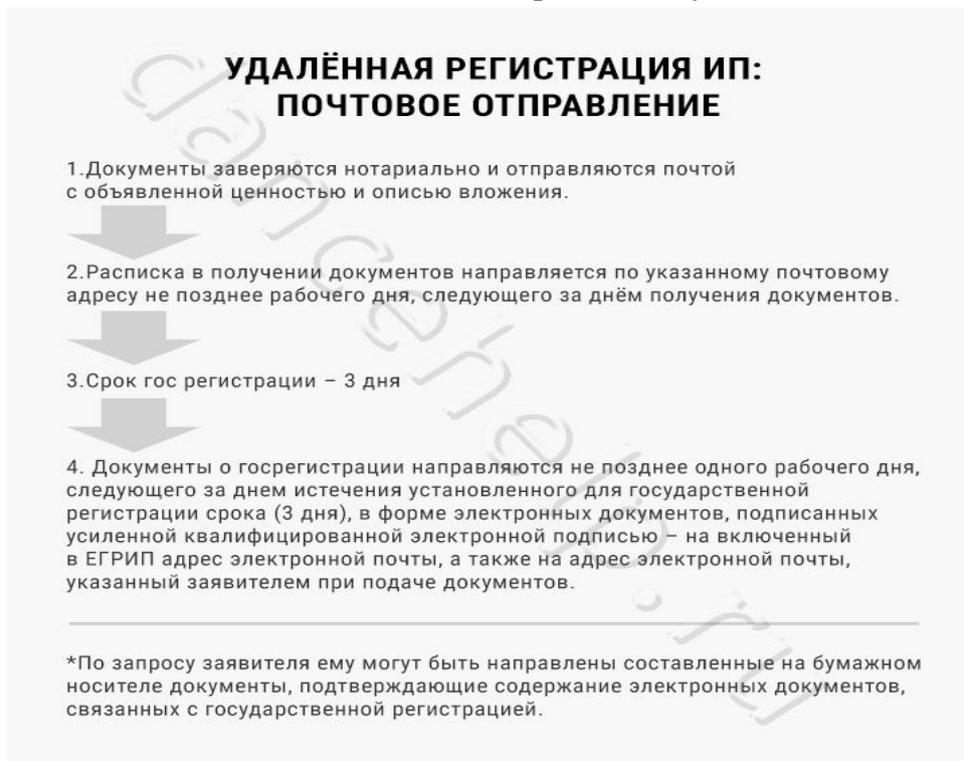
Итак, **какие у нас могут быть варианты** согласно данному закону, если нет возможности приехать лично в ФНС?

— документы могут быть направлены в ФНС или через МФЦ **представителем, действующим на основании нотариально удостоверенной доверенности**, с приложением такой доверенности или ее копии, верность которой засвидетельствована нотариально;

— документы, заверенные нотариально, могут быть направлены **почтовым отправлением с объявленной ценностью при его пересылке с описью вложения**;

— документы могут быть направлены **в форме электронных документов, подписанных усиленной квалифицированной электронной подписью (ЭП)**.

Схематично, каждый из таких вариантов будет выглядеть так:



УДАЛЁННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ ИП: ПОДАЧА ЭЛЕКТРОННЫХ ДОКУМЕНТОВ

1. Электронные документы, подписанные усиленной квалифицированной электронной подписью заявителя (ЭЦП).



2. Расписка в получении документов направляется по указанному электронному адресу не позднее рабочего дня, следующего за днём получения документов.



3. Срок гос регистрации – 3 рабочих дня.



4. Документы о госрегистрации, направляются не позднее одного рабочего дня, следующего за днем истечения установленного для государственной регистрации срока (3 дня), в форме электронных документов, подписанных усиленной квалифицированной электронной подписью – на включенный в ЕГРИП адрес электронной почты, а также на адрес электронной почты, указанный заявителем при подаче документов.

*По запросу заявителя ему могут быть направлены составленные на бумажном носителе документы, подтверждающие содержание электронных документов, связанных с государственной регистрацией.

УДАЛЁННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ ИП: ДОВЕРЕННОЕ ЛИЦО – НОТАРИУС

1. Документы предоставляются нотариусу для проверки и отправки их в виде электронных документов, подписанных усиленной квалифицированной электронной подписью нотариуса.



2. Срок гос регистрации – 3 рабочих дня



3. Документы о госрегистрации направляются не позднее 1 рабочего дня, следующего за днем истечения установленного для государственной регистрации срока (3 дня), в форме электронных документов, подписанных усиленной квалифицированной электронной подписью, нотариусу. Затем нотариус отправляет вам эти электронные документы.

*По просьбе заявителя нотариус выдает полученные от регистрирующего органа документы о госрегистрации заявителю в форме документа на бумажном носителе на основании удостоверения равнозначности документа на бумажном носителе электронному документу в соответствии с законодательством о нотариате.

На наш взгляд, **самым удобным способом удалённой регистрации ИП** является **электронная подача документов с помощью ЭЦП**: при любом из указанных способов вы понесёте финансовые затраты (нотариальное заверение документов, услуги нотариуса или оформление ЭЦП).

Но при этом, например, мы не знаем, насколько быстро и качественно работает Почта России:)

Электронная подпись — что это такое и как её оформить?

Федеральный закон от 06.04.2011 N 63- (ред. от 23.06.2016) "Об электронной подписи":

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_112701/

ФЗ

Единый портал электронной подписи:

<https://iecp.ru/ep>

Электронная подпись (ЭП; ранее — электронная цифровая подпись, ЭЦП) является **полноценной заменой рукописной подписи**. Она обладает **полной юридической силой** согласно законодательству РФ.

— для юридических лиц — это незаменимый инструмент, который позволяет наладить удобный и эффективный документооборот как внутри компании, так и с внешними контрагентами.

— для физических лиц — это способ ускорить и упростить взаимодействие с государственными структурами, работодателями, учебными учреждениями через Интернет.

Схема получения ЭЦП

1. Вам необходимо зарегистрироваться на портале Госуслуг: и (это пригодится для электронной подачи заявлений, различных форм оплат и проч. — на сайте есть подробная информация).

подтвердить свою запись

<https://www.gosuslugi.ru/>

2. Подтверждение своей записи на портале Госуслуг возможно следующими способами:

— **онлайн-банки** — веб-версия Тинькофф, мобильный или интернет-банк Почта Банк Онлайн (при условии, что вы клиент банка, в котором собираетесь подтвердить учётную запись);

— **лично**, посетив один из с паспортом и СНИЛС;

Центров обслуживания

— **почтой**, заказав из профиля

код подтверждения личности по Почте России

Подробнее о них также можно узнать на портале.

3. Вы заполняете заявление на ЭЦП на сайте Единого портала электронной подписи: или находите в Интернете ближайший к вам Удостоверяющий Центр, и на их сайте заполняете заявление.

<https://iecp.ru/get-ep>

4. Вы оплачиваете оформление ЭЦП.

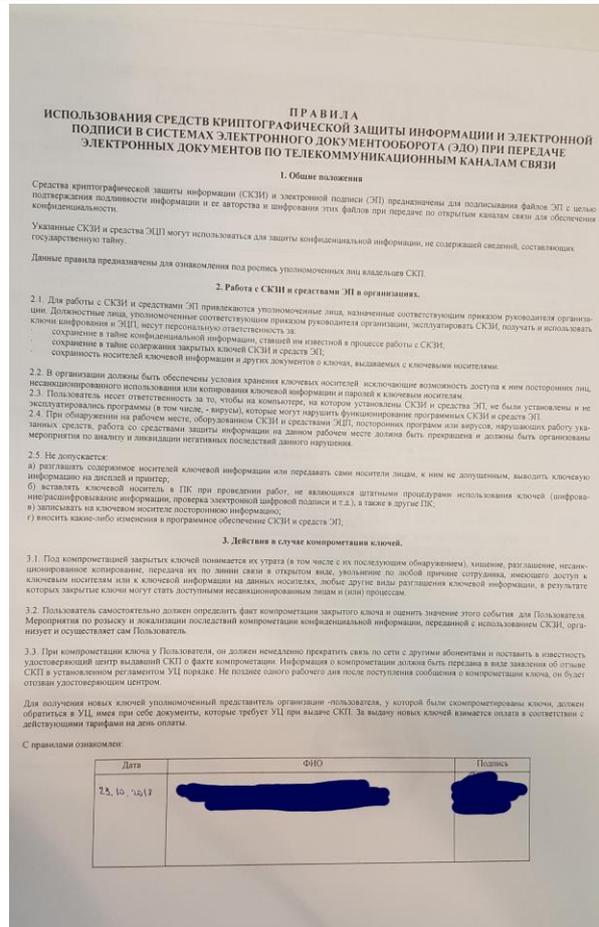
5. В течение 1 рабочего дня с вами свяжется сотрудник назначенного удостоверяющего центра и проконсультирует по шагам, которые нужно предпринять, чтобы оформить электронную подпись.

6. Далее — вы посещаете Удостоверяющий центр (УЦ) — для подтверждения личности необходимо предъявить паспорт РФ, свидетельство ИНН и СНИЛС.

7. Вам выдают необходимые документы и USB-носитель с программой установки на ваш компьютер.

8. После установки вы можете пользоваться электронной подписью:)

Вот так такие документы мы получили после получения ЭЦП, не считая дополнительных актов приёма-передачи и счёт-фактур:)



Как ликвидировать ИП?

Простая схема ликвидации — ещё один большой «плюс» индивидуального предпринимательства.



!! Перечень сведений, представляемых в территориальный орган Пенсионного фонда, определён:

- подп. 1–8 п. 2 ст. 6 и п. 2 ст. 11 Федерального закона от 01.04.1996 №27-ФЗ «Об индивидуальном (персонифицированном) учёте в системе обязательного пенсионного страхования».

- ч. 4 ст. 9 Федерального закона от 30.04.2008 №56-ФЗ «О дополнительных страховых взносах на накопительную часть трудовой пенсии и государственной поддержке формирования пенсионных накоплений».

Ссылки на законы:

- **27-ФЗ:**

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9839/

- **56-ФЗ:**

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_76593/

Не забудьте после ликвидации ИП **закрыть счёт в банке**, иначе у органов могут возникнуть подозрения, что вы решили уйти в «теневой бизнес». Остаток средств вы можете перевести на любой другой свой счёт, указав его в заявлении при закрытии.

До подачи документов необходимо выбрать виды деятельности и систему налогообложения.

И именно здесь, на данном этапе мы можем «играть» вариантами, предложенными государством. Для этого нужно заранее определиться **с целью своей студии**, а также **рассчитать** ваши **планируемые доходы и расходы** от деятельности.

Примеры видов деятельности по классификатору:

ПРИМЕРЫ ВОЗМОЖНЫХ КОДОВ ОКВЭД ДЛЯ СТУДИИ ТАНЦА (ФИТНЕСА, ЙОГИ И ПРОЧ.)

ТРЕБУЕТСЯ ЛИЦЕНЗИЯ:

- 85.41 Образование дополнительное детей и взрослых
- 84.41.1 Образование в области спорта и отдыха
- 85.41.2 Образование в области культуры
- 85.41.9 Образование дополнительное детей и взрослых прочее, не включенное в другие группировки

НЕ ТРЕБУЕТСЯ ЛИЦЕНЗИЯ:

- 93.1- Деятельность в области спорта
- 93.12 - Деятельность спортивных клубов
- 93.13 - Деятельность фитнес-центров
- 93.2 - Деятельность в области отдыха и развлечений
- 93.29 - Деятельность зрелищно-развлекательная прочая
- 93.29.2 - Деятельность танцплощадок, дискотек, школ танцев
- 93.29.9 - Деятельность зрелищно-развлекательная прочая, не включенная в другие группировки

Лицензия требуется, если вы решили выдавать удостоверения об образовании государственного образца.

Список документов, необходимых для получения лицензии:
https://vk.com/doc-185048766_516385355

Программу можно написать, документы подготовить. Самое непредсказуемое в этом списке — получить разрешение от «пожарников» и СЭС. Требования с каждым годом ужесточаются.

Если этаж не первый — пожарная лестница, если помещение в жилом доме, например, зал в цоколе — разрешения собственников всех квартир в доме. А еще установка дымовой сигнализации, противопожарная дверь, нормы освещенности, если линолеум, то специальный негорючий и прочее. Причем результат проверки сильно зависит от того, кто придет проверять и выдавать заключение.

Исключение составляют помещения, которые уже кем-то отлицензированы, например, если вам удастся договориться с школой искусств или колледжем культуры.

Кому необходима лицензия?

Наше субъективное мнение — **на первых этапах, практически никому** из наших хореографических коллективов и студий.

Требования к сайту образовательного учреждения:

Приказ Рособнадзора от 29.05.2014 N 785 (ред. от 02.02.2016) "Об утверждении требований к структуре официального сайта образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и формату представления на нем информации" (Зарегистрировано в Минюсте России 04.08.2014 N 33423) Страница 2 из 8 Зарегистрировано в Минюсте России 4 августа 2014 г. N 33423 МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ПРИКАЗ от 29 мая 2014 г. N 785 ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ТРЕБОВАНИЙ К СТРУКТУРЕ ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ" И ФОРМАТУ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ НА НЕМ ИНФОРМАЦИИ Список изменяющих документов (в ред. Приказа Рособнадзора от 02.02.2016 N 134) В соответствии с пунктом 8 Правил размещения на официальном сайте образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обновления информации об образовательной организации, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 10 июля 2013 г. N 582 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 29, ст. 3964), приказываю: 1. Утвердить прилагаемые требования к структуре официального сайта образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и формату представления на нем информации. 2. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на заместителя руководителя А.Ю. Бисерова. Руководитель С.С.КРАВЦОВ Страница 3 из 8 Утверждены приказом

Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки от 29.05.2014 N 785

ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ" И ФОРМАТУ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ НА НЕМ ИНФОРМАЦИИ Список изменяющих документов (в ред. Приказа Рособнадзора от 02.02.2016 N 134) 1. Настоящие Требования определяют структуру официального сайта образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - Сайт), а также формат предоставления на нем обязательной к размещению информации об образовательной организации (далее - информация). 2. Для размещения информации на Сайте должен быть создан специальный раздел "Сведения об образовательной организации" (далее - специальный раздел). Информация в специальном разделе должна быть представлена в виде набора страниц и (или) иерархического списка и (или) ссылок на другие разделы Сайта. Информация должна иметь общий механизм навигации по всем страницам специального раздела. Механизм навигации должен быть представлен на каждой странице специального раздела. Доступ к специальному разделу должен осуществляться с главной (основной) страницы Сайта, а также из основного навигационного меню Сайта. Страницы специального раздела должны быть доступны в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" без дополнительной регистрации, содержать указанную в пунктах 3.1 - 3.11 настоящих Требований информацию, а также доступные для посетителей Сайта ссылки на файлы, снабженные информацией, поясняющей назначение данных файлов. Допускается размещение на Сайте иной информации, которая размещается, публикуется по решению образовательной организации и (или) размещение, опубликование которой является обязательным в соответствии с законодательством Российской Федерации. 3. Специальный раздел должен содержать следующие подразделы: 3.1. Подраздел "Основные сведения". Главная страница подраздела должна содержать информацию о дате создания Страница 4 из 8 образовательной организации, об учредителе, учредителях образовательной организации, о месте нахождения образовательной организации и ее филиалов (при наличии), режиме, графике работы, контактных телефонах и об адресах электронной почты. 3.2. Подраздел "Структура и органы управления образовательной организацией". Главная страница подраздела должна содержать информацию о структуре и об органах управления образовательной организации, в том числе о наименовании структурных подразделений (органов управления), руководителях структурных подразделений, местах нахождения структурных подразделений, адресах официальных сайтов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" структурных подразделений (при наличии), адресах электронной почты структурных подразделений (при наличии), сведения о наличии положений о структурных подразделениях (об органах управления) с приложением копий указанных положений (при их наличии). 3.3. Подраздел

"Документы". На главной странице подраздела должны быть размещены следующие документы: а) в виде копий: устав образовательной организации; лицензия на осуществление образовательной деятельности (с приложениями); свидетельство о государственной аккредитации (с приложениями); план финансово-хозяйственной деятельности образовательной организации, утвержденный в установленном законодательством Российской Федерации порядке, или бюджетные сметы образовательной организации; локальные нормативные акты, предусмотренные частью 2 статьи 30 Федерального закона "Об образовании в Российской Федерации" <1>, правила внутреннего распорядка обучающихся, правила внутреннего трудового распорядка и коллективного договора; ----- <1> Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2012, N 53, ст. 7598; 2013, N 19, ст. 2326; N 23, ст. 2878; N 27, ст. 3462; N 30, ст. 4036; N 48, ст. 6165; 2014, N 6, ст. 562, ст. 566; N 19, ст. 2289; официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>, 27.05.2014, N 0001201405270018). б) отчет о результатах самообследования; в) документ о порядке оказания платных образовательных услуг, в том числе образец договора об оказании платных образовательных услуг, документ об утверждении стоимости обучения по каждой образовательной программе; Страница 5 из 8 г) документ об установлении размера платы, взимаемой с родителей (законных представителей) за присмотр и уход за детьми, осваивающими образовательные программы дошкольного образования в организациях, осуществляющих образовательную деятельность, за содержание детей в образовательной организации, реализующей образовательные программы начального общего, основного общего или среднего общего образования, если в такой образовательной организации созданы условия для проживания обучающихся в интернате, либо за осуществление присмотра и ухода за детьми в группах продленного дня в образовательной организации, реализующей образовательные программы начального общего, основного общего или среднего общего образования; (пп. "г" введен Приказом Рособнадзора от 02.02.2016 N 134) д) предписания органов, осуществляющих государственный контроль (надзор) в сфере образования, отчеты об исполнении таких предписаний. 3.4. Подраздел "Образование". Подраздел должен содержать информацию о реализуемых уровнях образования, о формах обучения, нормативных сроках обучения, сроке действия государственной аккредитации образовательной программы (при наличии государственной аккредитации), об описании образовательной программы с приложением ее копии, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса, о реализуемых образовательных

программах с указанием учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, предусмотренных соответствующей образовательной программой, о численности обучающихся по реализуемым образовательным программам за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, местных бюджетов и по договорам об образовании за счет средств физических и (или) юридических лиц, о языках, на которых осуществляется образование (обучение). Образовательные организации, реализующие общеобразовательные программы, дополнительно указывают наименование образовательной программы. Образовательные организации, реализующие профессиональные образовательные программы, дополнительно, для каждой образовательной программы указывают: а) уровень образования; б) код и наименование профессии, специальности, направления подготовки; в) информацию: о направлениях и результатах научной (научно-исследовательской) деятельности и научно-исследовательской базе для ее осуществления (для Страница 6 из 8 образовательных организаций высшего образования и организаций дополнительного профессионального образования); о результатах приема по каждой профессии, специальности среднего профессионального образования (при наличии вступительных испытаний), каждому направлению подготовки или специальности высшего образования с различными условиями приема (на места, финансируемые за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, местных бюджетов, по договорам об образовании за счет средств физических и (или) юридических лиц) с указанием средней суммы набранных баллов по всем вступительным испытаниям, а также о результатах перевода, восстановления и отчисления. 3.5. Подраздел "Образовательные стандарты" <1>. -----

----- <1> Данный подраздел заполняется при использовании федеральных государственных образовательных стандартов или при утверждении образовательных стандартов. Подраздел должен содержать информацию о федеральных государственных образовательных стандартах и об образовательных стандартах. Информация должна быть представлена с приложением их копий (при наличии). Допускается вместо копий федеральных государственных образовательных стандартов и образовательных стандартов размещать в подразделе гиперссылки на соответствующие документы на сайте Министерства образования и науки Российской Федерации. 3.6. Подраздел "Руководство. Педагогический (научно-педагогический) состав". Главная страница подраздела должна содержать следующую информацию: а) о руководителе образовательной организации, его заместителях, руководителях филиалов образовательной организации (при их наличии), в том числе фамилию, имя, отчество (при наличии) руководителя, его заместителей, должность руководителя, его заместителей, контактные телефоны, адреса электронной почты. б) о персональном составе педагогических работников с указанием уровня образования, квалификации и опыта работы, в том числе фамилию,

имя, отчество (при наличии) работника, занимаемую должность (должности), преподаваемые дисциплины, ученую степень (при наличии), ученое звание (при наличии), наименование направления подготовки и (или) специальности, данные о повышении квалификации и (или) профессиональной переподготовке (при наличии), общий стаж работы, стаж работы по специальности. 3.7. Подраздел "Материально-техническое обеспечение и оснащенность образовательного процесса". Страница 7 из 8 Главная страница подраздела должна содержать информацию о материально-техническом обеспечении образовательной деятельности, в том числе сведения о наличии оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, библиотек, объектов спорта, средств обучения и воспитания, об условиях питания и охраны здоровья обучающихся, о доступе к информационным системам и информационно-телекоммуникационным сетям, об электронных образовательных ресурсах, к которым обеспечивается доступ обучающихся. 3.8. Подраздел "Стипендии и иные виды материальной поддержки". Главная страница подраздела должна содержать информацию о наличии и условиях предоставления стипендий, о наличии общежития, интерната, количестве жилых помещений в общежитии, интернате для иногородних обучающихся, формировании платы за проживание в общежитии и иных видов материальной поддержки обучающихся, о трудоустройстве выпускников. 3.9. Подраздел "Платные образовательные услуги". Подраздел должен содержать информацию о порядке оказания платных образовательных услуг. 3.10. Подраздел "Финансово-хозяйственная деятельность". Главная страница подраздела должна содержать информацию об объеме образовательной деятельности, финансовое обеспечение которой осуществляется за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, местных бюджетов, по договорам об образовании за счет средств физических и (или) юридических лиц, о поступлении финансовых и материальных средств и об их расходовании по итогам финансового года. 3.11. Подраздел "Вакантные места для приема (перевода)". Главная страница подраздела должна содержать информацию о количестве вакантных мест для приема (перевода) по каждой образовательной программе, профессии, специальности, направлению подготовки (на места, финансируемые за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, местных бюджетов, по договорам об образовании за счет средств физических и (или) юридических лиц). 4. Файлы документов представляются на Сайте в форматах Portable Document Files (.pdf), Microsoft Word / Microsoft Excel (.doc, .docx, .xls, .xlsx), Open Document Files (.odt, .ods). 5. Все файлы, ссылки на которые размещены на страницах соответствующего раздела, должны удовлетворять следующим условиям: а) максимальный размер размещаемого файла не должен превышать 15 мб. Если размер файла превышает максимальное значение, то он должен быть разделен на несколько частей (файлов), размер которых не должен превышать максимальное значение размера файла; Страница 8 из 8 б) сканирование

документа должно быть выполнено с разрешением не менее 75 dpi; в) отсканированный текст в электронной копии документа должен быть читаемым. 6. Информация, указанная в пунктах 3.1 - 3.11 настоящих Требований, представляется на Сайте в текстовом и (или) табличном формате, обеспечивающем ее автоматическую обработку (машиночитаемый формат) в целях повторного использования без предварительного изменения человеком. 7. Все страницы официального Сайта, содержащие сведения, указанные в пунктах 3.1 - 3.11 настоящих Требований, должны содержать специальную html-разметку, позволяющую однозначно идентифицировать информацию, подлежащую обязательному размещению на Сайте. Данные, размеченные указанной html-разметкой, должны быть доступны для просмотра посетителями Сайта на соответствующих страницах специального раздела.

ИП и налоги.

Налоги – та самая часть, которая всегда вызывает страх у начинающего предпринимателя, но, если изучить данную тему (а потом ещё и проконсультироваться у специалиста) и заранее просчитать возможные доходы и расходы вашей студии, то картинка нарисуеться не такая уж и устрашающая.

НАЛОГОВЫЕ РЕЖИМЫ ИП

Налоговые режимы	Кто может применять?	Объект налогообложения	Ставка налога	Налоговый период	Учет, отчетность, уплата налога
Общая система налогообложения (ОСНО)	Все ИП с любым числом сотрудников и видом деятельности	1. Доходы физического лица, с возможностью применить налоговый вычет 2. Добавленная стоимость для НДС 3. Среднегодовая стоимость имущества для налога на имущество.	1. от 13% до 30% 2. от 0% до 18% 3. до 2%	1. Календарный год 2. Квартал 3. Календарный год	Налоговый учет ведется в КУДиР (книге учета доходов и расходов). Отчетность: 3-НДФЛ за год и 4-НДФЛ. ИП платит авансы по налогу, по итогам года – окончательный расчет. Ежеквартальная декларация по НДС, оплата налога в особом порядке.
Упрощенная система налогообложения (УСН) в вариантах: а) Доходы б) Доходы минус Расходы	ИП с доходами ниже 150 млн. руб./год и не больше 100 человек наемных работников	а) Доходы б) Разница между Доходами и Расходами	а) 6%, региональные власти имеют право ставку до 1%; б) от 5% до 15% - на усмотрение региональных властей	Календарный год	Учет ведется в КУДиР, отчетность – одна годовая декларация. При наличии доходов ИП платит каждый квартал авансы по налогу, по итогам года – окончательный расчет.
Патентная система налогообложения (ПСН)	ИП с доходами ниже 60 млн. руб./год и численность наемных работников – не больше 15 человек по всем видам деятельности ИП.	Потенциально возможный доход – определяется местным законом.	Фиксированный платёж, рассчитываемый как 6% от потенциально возможного дохода (в Крыму и Севастополе ставка может быть снижена до 0%)	Зависит от срока действия патента, но не более 1 календарного года	Учет ведется в книге учета доходов, декларацию сдавать не надо. ИП покупает патент на срок от 1 до 12 месяцев пределах календарного года

Виды деятельности по ПСН ежегодно устанавливаются региональным законодательством и могут меняться — см. <https://patent.nalog.ru/>

Налоговые каникулы

Основные интересующие нас виды деятельности **в рамках ПСН** — указаны в ст. 346.43 НК РФ:

- услуги по обучению населения на курсах и по репетиторству;
- проведение занятий по физической культуре и спорту.

Нулевая ставка налога, взимаемого **при применении УСН**, введена по определенным видам деятельности. Для нас могут быть интересны следующие:

- а) образование для взрослых;
- б) прочая зрелищно-развлекательная деятельность;
- в) деятельность библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры;
- г) прочая деятельность в области спорта.

КАК ПОНЯТЬ, ЧТО У ВАС «КАНИКУЛЫ»?

- Власти вашего региона ввели налоговые каникулы.
- Вы зарегистрировались как ИП впервые.
- Зарегистрировали ИП после введения каникул в вашем регионе.
- Применяете упрощенную систему налогообложения или патент.
- Попадаете в список льготных видов деятельности в производственной, социальной, научной сферах или в сфере бытовых услуг населению. Список утверждается в региональном законе.
- Соблюдаете условия, которые установил региональный закон. Некоторые регионы вводят ограничения по количеству сотрудников и размеру выручки.
- Доходы от льготного вида деятельности составляют не менее 70% среди вашего общего дохода.
- **Самое важное:** Если сомневаетесь, попадаете ли вы под условия каникул, позвоните в свою налоговую.

КАК ПОДАВАТЬ ОТЧЕТНОСТЬ, ЕСЛИ ПОПАЛИ ПОД НАЛОГОВЫЕ КАНИКУЛЫ?

- На УСН сдавайте декларацию раз в год: в ней укажите ставку налога 0% и все доходы и расходы, которые получили.
- На патенте: ни платить, ни отчитываться не нужно.

Важно: не забывайте платить страховые взносы ИП, налоговые каникулы от них не освобождают.

Решение о предоставлении налоговых каникул, в том числе о сроках их действия, принимают региональные власти.

В каких-то регионах ИП получают два полных льготных года, в других — только один год.

Также могут устанавливаться дополнительные ограничения на применение налоговой ставки в размере 0 %, в частности, в виде ограничения средней численности работников или предельного размера доходов от реализации, получаемых предпринимателем при осуществлении льготного вида деятельности.

ПСН – патентная система налогообложения.

Суть этого льготного налогового режима заключается в получении специального документа – патента, который дает право на осуществление определенной деятельности.

Рассчитывает патент налоговая.

Сумма патента рассчитывается как **6% от суммы максимально возможного предполагаемого дохода** по данному виду деятельности в данном регионе.

Узнать сумму патента можно на сайте налоговой <https://patent.nalog.ru/info/>

Плюсами патентной системы налогообложения можно назвать:

Сравнительно невысокую (но далеко не всегда!) стоимость патента.

2. Возможность выбрать срок действия патента – от одного до двенадцати месяцев.

3. Возможность приобрести несколько патентов в разных регионах или на разные виды деятельности.

4. Нет налоговой отчетности в виде декларации, а значит, нет и бюрократических проволочек, связанных с ее сдачей и последующей проверкой.

5. Страховые взносы ИП 2018 за работников в размере 20% от начисленных им сумм платить надо только на пенсионное страхование. На медицинское страхование и соцстрах за работников взносы не сдаются. Такая льгота не распространяется на патенты по видам деятельности: розничная торговля, общепит и сдача в аренду недвижимости.

6. Список разрешенных для патента видов деятельности, указанных в статье 346.43 НК РФ, местные власти могут только дополнить, а не сократить, как на ЕНВД. Так, например, в Москве ЕНВД не действует, а патент для работы в столице купить можно, что является отличным способом уменьшить налоговую нагрузку.

К минусам патентной системы налогообложения можно отнести:

Патент могут приобретать только индивидуальные предприниматели, организации на этом режиме работать не могут.

2. Виды деятельности, которые можно осуществлять на патенте, ограничены услугами и розничной торговлей в небольших магазинах.

3. Ограничения по количеству работников здесь самые строгие из всех налоговых режимов – средняя численность не должна превышать 15 человек, при этом учитывают все виды предпринимательской деятельности, которыми занимается ИП.

4. Стоимость патента надо оплачивать в период его действия, не дожидаясь конца налогового периода, то есть налог платят не по итогам деятельности, а как бы в режиме предоплаты.

Стоимость патента нельзя уменьшить за счет выплаченных страховых взносов, как это возможно сделать на УСН или ЕНВД. Правда, если индивидуальный предприниматель совмещает патентную систему налогообложения с другим режимом, то при расчете единого или вмененного налога он может учесть выплаченные страховые взносы, но только за себя. Расходы по страховым взносам за работников, занятых в патентной деятельности, учесть нельзя никак.

Патент действует на территории субъекта РФ, который указан в данном патенте. Предприниматель, получивший патент в одном субъекте РФ, вправе получить его и в другом субъекте РФ.

Патент выдается по выбору предпринимателя **на период от 1 до 12 месяцев включительно в пределах одного календарного года**, то есть срок действия патента не может перейти на следующий год. **Для продолжения деятельности** в рамках патентной системы предприниматель **обязан в срок до 20 декабря подать заявление** в территориальный налоговый орган.

Важно: не пропустить срок первого платежа за патент (прописывается в патенте, составляет $\frac{1}{3}$ стоимости патента). **Если не заплатить**, то налоговая автоматически лишает ИП патента, и он переводится на другую систему налогообложения. В лучшем случае – УСН (если такая система предусмотрена заранее). В худшем случае – на ОСН.

УСН – упрощённая система налогообложения

1 вариант. УСН 6% на доходы.

Важно: 6% начисляется на всю сумму, которая вам пришла.

Допустим, у вас в сентябре было 20 детей, которые заплатили по 2 000 рублей.
 $20 * 2\,000 = 40\,000$ рублей.

Считаем налог: $40\,000 * 0,06 = 2\,400$ руб. Эта сумма вам уже не принадлежит! По-хорошему, вы должны сразу ее отложить на оплату будущего налога, чтобы не искать потом из каких денег оплачивать.

И уже после того, как отложили, у вас на руках 37 600 рублей, которые вы уже начинаете тратить на аренду и прочие расходы.

Еще одно важное отличие: если вы выбираете этот вариант, то налог уменьшается на сумму страховых отчислений. А это означает, что по факту вы платите только 6% (если у вас нет сотрудников).

2 вариант. 15% на прибыль.

Важно: **15%** начисляется на прибыль, на разницу между доходами и расходами.

Допустим, в сентябре вы также собрали 40 000 рублей. Заплатили аренду 10 000 рублей и купили коврики на 5 000 рублей.

Считаем налог: $(40\,000 - 10\,000 - 5\,000) * 0,15 = 3\,750$ рублей.

В нашей условной ситуации 6% от прихода выгоднее, чем 15% от прибыли. Но вы должны считать для себя, если у вас много расходов, то может оказаться и наоборот. Особенно актуально при наличии сотрудников, т.к. зарплаты – это тоже расходы.

!!! При расчете налога Вы не можете так просто разделить сумму доходов – отдельно абонемент, отдельно костюмы. Доходом являются все суммы от реализации, поступившие к Вам.

Расходы же учитываются те, которые входят в перечень, приведенный в ст. 346.16 НК РФ.

Что является расходом при УСН 15%? Приведем некоторые из них:

- расходы на приобретение ОС и НМА;
- расходы на ремонт ОС;
- расходы на аренду;

- расходы на оплату труда и обязательное страхование работников;
- суммы НДС по оплаченным товарам, работам и услугам;
- расходы на командировки;
- расходы на канцелярские товары;
- расходы на почтовые, телефонные и другие услуги связи.

И доходы, и расходы в целях УСН признаются после их фактической оплаты или погашения задолженности иным способом. При этом если доходы учитываются по факту получения денежных средств или иного имущества, для признания расходов одного факта оплаты не всегда достаточно.

К примеру, для признания в расходах стоимости товаров такие товары должны быть не только оплачены, но и реализованы (пп. 2 п. 2 ст. 346.17 НК РФ). Все расходы должны быть подтверждены документами (накладные, акты).

Более подробную информацию можно почитать на сайте налоговой: <https://www.nalog.ru/rn77/taxation/TAXES/usn/>

За что ещё должен платить ИП?

Помимо налогов ИП обязан оплачивать страховые взносы. Их оплачивать придётся в любом случае — даже в период налоговых каникул.

Страховые взносы – это регулярные обязательные платежи. Уплата взносов дает право на получение больничных и детских пособий, бесплатной медицинской помощи, финансовой поддержки при выходе на пенсию.

Если ИП работает на себя и у него в штате наемные работники, то он обязан платить взносы за себя и за работников.

Что относится к страховым взносам. Взносы делят на две группы: страховые взносы в фонды и в ИФНС.

К первой группе относят отчисления во внебюджетные фонды из заработной платы работников на страхование от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний. Такие отчисления принято называть взносами на травматизм. Делают их в Фонд соцстраха.

Ко второй группе относят взносы на пенсионное, медицинское и социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством.

Когда платить взносы. Индивидуальные предприниматели вправе перечислить взносы ежемесячно, поквартально или единовременно. Точные сроки, в которые должна быть перечислена сумма страховых взносов, предприниматель определяет самостоятельно. Налоговый кодекс установил только даты, позже которых уплачивать взносы нельзя:

Сроки уплаты взносов в ИФНС за 2019 год – не позднее 31 декабря 2019 года по фиксированным платежам и не позднее 1 июля 2020 года по дополнительному взносу, если ваш годовой доход больше 300 000 руб.

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ ДЛЯ ИП

1. ВЗНОСЫ В ПФРФ 29 354р/год - const +1% от доходов, полученных сверх 300 000р/год (! max взнос = 234 832р/год)	2. ВЗНОСЫ ОМС 6 884р/год - const	3. ВЗНОСЫ В ФСС (если есть наемные работники) а) в ПФРФ - 22% б) обязательное соц. страхование 2,9% в) ОМС - 5,1%
---	--	--

! Если ИП зарегистрирован не с начала календарного года, то расчет производится с учетом дней с даты регистрации.

! Льготы по страховым взносам:

- отпуск по уходу за: - ребенком до 1,5 лет;
- инвалидом I группы;
- лицом, достигшим 80 лет.

На сайте ФНС можно посмотреть информацию по страховым взносам на 2020 год: https://www.nalog.ru/rn77/ip/in_premip/

ПСН, УСН 6% и УСН 15% — так что выгоднее?

К сожалению, однозначного ответа здесь не будет: в каждом отдельном случае ИП должен предварительно просчитать все свои возможные доходы и расходы и учесть наличие официально трудоустроенных работников.

1. При выборе ПСН вам необходимо:

- рассчитать возможные доходы и расходы
- узнать, возможно ли подобрать необходимый вид деятельности в вашем регионе и рассчитать сумму налога в зависимости от наличия сотрудников.

2. При выборе УСН 15% «Доходы-Расходы» необходимо:

- рассчитать возможные доходы и расходы
- подумать, а лучше — проконсультироваться у юриста, какие из статей расходов можно официально подтвердить документами, чтобы ФНС их точно приняла. (Такой вариант может быть выгодным в случае, если у вас большая арендная плата и/или большое число сотрудников).

3. При выборе УСН 6% «Доходы» необходимо:

- рассчитать возможные доходы и расходы
- учесть возможность уменьшения налога на сумму страховых взносов.

УСН 6% — уменьшаем сумму налога

Возможность учитывать суммы уплаченных страховых взносов в 2019 году для УСН предоставлена статьей 346.21 НК РФ.

Статья 346.21 Налогового Кодекса РФ

На какую же сумму можно это сделать?

- ИП без сотрудников уменьшают налог на взносы полностью.
- ИП с сотрудниками уменьшает налог на взносы — на 50%.

1. Уменьшение налога для ИП без работников

Для уплаты взносов за себя установлен один срок — не позднее 31 декабря, но чтобы сразу уменьшать рассчитанные 6% для ИП, взносы стоит платить частями каждый квартал, а по итогам года производить окончательный расчёт.

Авансовые платежи по УСН уплачиваются:

- за 1 квартал до 25 апреля,
- за полугодие до 25 июля, — за 9 месяцев до 25 октября.

Полностью налог должен быть уплачен в срок до 30 апреля следующего года.

Рассмотрим на примере:

У ИП — школы танца — 3 группы по 20 учеников в каждой. Стоимость 1 абонемента — 2000р/мес. Возьмём идеальную ситуацию, когда в течение года все ученики постоянно посещают занятия и оплачивают абонементы:

*Сумма ежемесячного дохода = 3гр*20чел*2000руб = 120 000руб*

*Сумма годового дохода = 120 000руб*12 мес = 1 440 000руб*

*Сумма по налоговой ставке 6% = 1 440 000*6% = 86 400руб*

Сумма взносов ИП за себя по тарифам 2019 года составила: 36 238руб. фиксированных взносов **плюс 1% от превышения доходов** (если доходы за год составили более 300 000 руб.):

$((1\,440\,000 - 300\,000 = 1\,140\,000) * 1\%) = 11\,400$, **итого 47 638руб.**

Пользуясь возможностью уменьшить рассчитанный налог к уплате за счёт взносов, ИП выплатил в бюджет только $(86\,400 - 47\,638) = 38\,762$ руб.

Авансовые платежи (налог) по УСН рассчитываются по формуле:

$H = D \times 6\% - B - C$, где

H — это авансовый платёж (налог) по УСН,

D — это сумма доходов за период (1 квартал, полугодие, 9 месяцев, год),

B — это страховые взносы, уплаченные в этом периоде,

C — это сумма предыдущих авансовых платежей в этом году.

Страховые взносы за себя ИП платил каждый квартал, чтобы иметь возможность уменьшить выплаты в бюджет и не подавать заявление в конце года о возврате вычета на сумму страховых взносов.

Сумму страховых взносов ИП разделил на примерно равные поквартальные выплаты:

1 квартал — 11 000руб

2 квартал — 11 000руб

3 квартал — 11 000руб

4 квартал — 14 638руб

Важное условие: доходы и взносы ИП за себя считаем нарастающим итогом, т.е. с начала года. Это правило установлено статьей 346.21 НК РФ.

Начинаем расчёт:

1 квартал:

$360\,000 * 6\%$ — страховые взносы за 1 квартал $11\,000$ руб — $0 = 10\,600$ руб к оплате до 25 апреля.

2 квартал:

$720\,000 * 6\%$ — взносы за 1 квартал $11\,000$ руб — взносы за 2 квартал $11\,000$ руб — $10\,600$ руб предыдущий аванс = $10\,600$ руб — к оплате до 25 июля.

3 квартал:

$1\,080\,000 * 6\%$ — взносы за 1 квартал $11\,000$ руб — взносы за 2 квартал $11\,000$ руб — взносы за 3 квартал $11\,000$ руб — $21\,200$ руб за предыдущие авансы = $10\,600$ руб — к оплате до 25 октября.

По итогам года считаем, сколько предпринимателю надо доплатить до 30 апреля:

$1\,440\,000 * 6\%$ — взносы за 3 квартала $33\,000$ руб — взносы за 4 квартал $14\,638$ руб — $31\,800$ руб за предыдущие авансы = $6\,962$ руб.

Проверяем всю сумму налогов: $10600+10600+10600+6962= 38\,762$, а не изначально рассчитанный в $86\,400$ руб.

2. Уменьшение налога для ИП при наличии работников

При наличии сотрудников можно уменьшить сумму налога только на 50% от суммы взносов.

Расчёты производятся аналогично вышеуказанному примеру.

Таким образом, ИП платит налог, уменьшенный на **50%** от суммы всех страховых взносов, уплаченных за себя и всех официально трудоустроенных работников.

Конкуренты

Конкуренция — естественный и позитивный процесс, который предприниматели могут и должны использовать в своих интересах. Зачастую, начинающие предприниматели комплексуют перед опытными коллегами-конкурентами и расстраиваются, глядя на чужой отлаженный бизнес. Если конкурент опытнее и успешнее — это отличный повод использовать его, как тренажер (причем сам конкурент этого даже не заметит).

Лучший способ такого использования — проводить регулярный мониторинг конкурентов. Это как ежегодный профилактический поход к стоматологу, который позволяет, не спеша принимать решения о лечении, заблаговременно получая информацию о реальном состоянии зубов.

Как сделать тренажер из конкурентов? Поставьте себя на место своего потенциального клиента, например, мамы девочки 3-х лет. Мама въедливая и придирчивая, словно председатель жюри на конкурсе хореографов-предпринимателей. Она звонит во все танцевальные студии и школы в радиусе 5 км, пишет в социальных сетях, изучает информацию и взвешивает все «за» и «против».

Цель этой «мамы» — честно сравнить танцевальные школы. А предприниматель, который скрывается за этой «мамой», автоматически получает полное представление о конкурентах, бесплатно тренируется, набирается опыта и уверенности в своих силах.

Когда вы создадите свою школу, у вас появятся администраторы и прочие наемные сотрудники — включайте такую «маму» для тестирования собственного сервиса — вас ждет не меньше открытий и идей по улучшению своей работы.

Таблица конкурентов

Чтобы информация о конкурентах была наглядно представлена у вас перед глазами, мы разработали таблицу. Она состоит из девяти пунктов. Помните, что каждый из пунктов (кроме, разве что «примечания») — это повод включить «маму», если вы не нашли информацию из открытых источников, или та информация, которую вы нашли, вам непонятна:

1. Название и адрес

Можно найти в 2ГИС или других справочниках городских организаций.

2. Формат: школа, студия, коллектив

Обычно сразу понятно из материалов сайта, группы в ВК или Instagram

3. Какие направления преподают?

К какому виду танца малышей готовят в большей мере? Эстрада, современная хореография, народный...и т.д.

4. Возраст учеников/количество групп/число учеников в группах

Эту информацию можно узнать по телефону, представившись мамой, которая хочет отдать своего ребенка в студию.

5. Залы/метраж, расписание

Можно попросить по телефону прислать, если нет на сайте.

6. Продолжительность занятий/цена за занятие

Сайт или по телефону.

7. Ссылки на сайт, ВК, Instagram

2ГИС, Google, Яндекс — главное, найти сайт, а на сайте, как правило, есть ссылки на соц.сети. Также можно найти в соц.сетях по названию.

8. Образцы рекламы, система абонементов, акции и другие яркие фишки (ссылки на сайт/посты в соц.сетях и т.д.)

Сюда вставляйте ссылки на примеры рекламы, которые вас вдохновляют и кажутся успешными. Вы можете адаптировать идеи под свои задачи. Ссылки пригодятся при работе с дизайнерами, например, когда захотите показать им пример работ, которые вам нравятся. Чтобы они понимали, чего Вы хотите.

9. Примечание (как с вами переписываются, разговаривают по телефону и т.д.) - субъективная оценка конкурента с точки зрения «мамы». Что нравится, а что нет.

Здесь, как раз, стоит писать мысли, которые возникают у вас, как у придирчивого клиента. После, обратившись к ним, вы поймете, чего вам нельзя допустить в своей студии, а что необходимо взять на вооружение.

Заполнение этой таблицы изменит ваше представление о роли конкурентов в вашем деле. Главное — научитесь обращать чужие минусы и чужие плюсы в свои плюсы :)

Конфликты

Конфликты — естественное явление, избежать которых совсем — невозможно. Но можно сгладить, предупредить, а главное — спокойно отреагировать и разрешить. По сути — отработать **типовую ситуацию**, не тратя нервы и **не воспринимая всё происходящее близко к сердцу**.

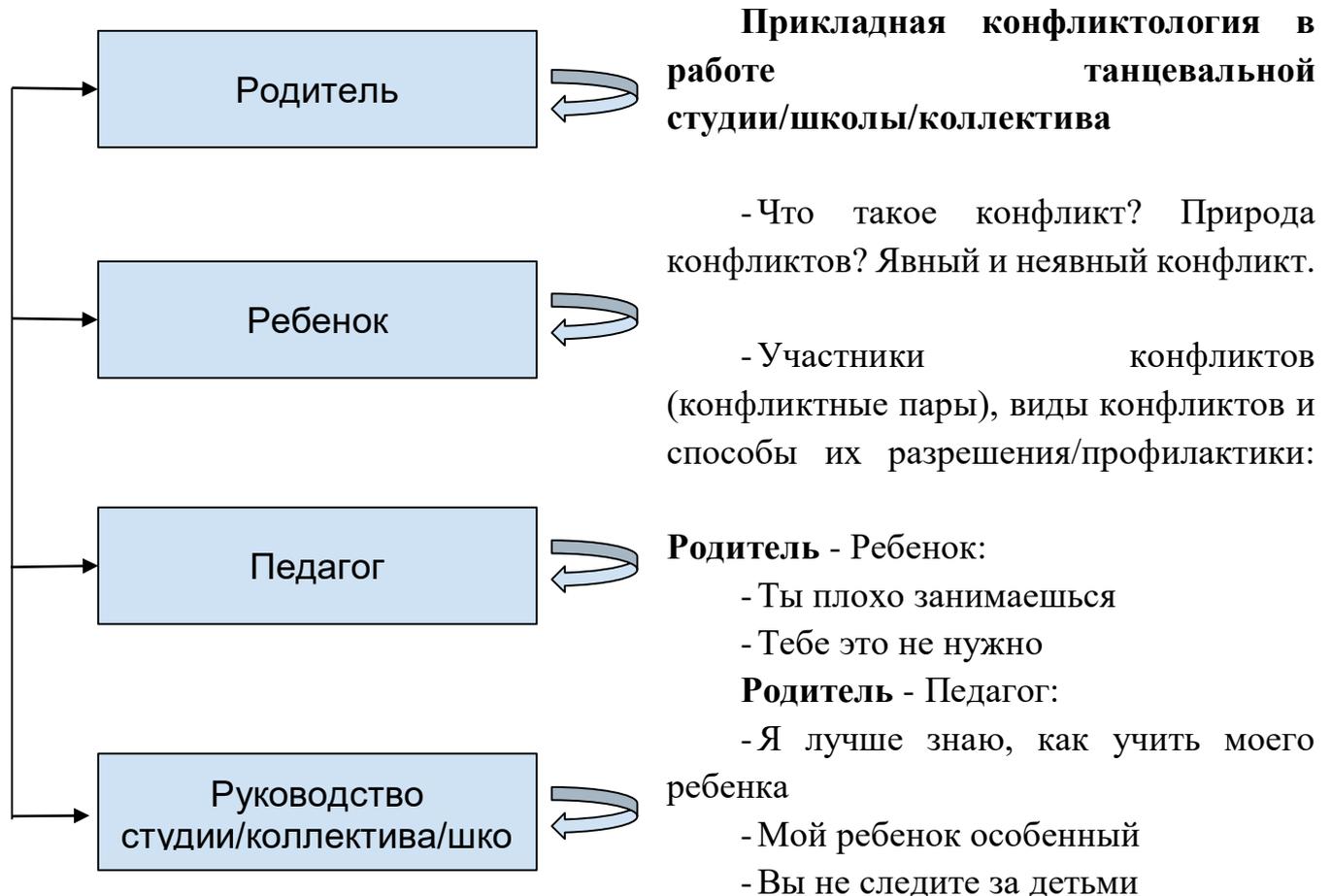
Как часто **родители** говорят своим детям: «Ты плохо занимаешься», «Тебе это не нужно»? Педагогам: «**Я лучше знаю**, как учить моего ребенка», «Мой ребенок **особенный**», «Вы не следите за детьми», «**Почему я должен** платить за это?» Другим родителям: «Почему Твой Вася обижает моего Колю?»

Дети, **ученики** тоже не отстают: «Я никуда не пойду», «Я не буду это делать», «Васька, на тебе в глаз!», «Айда валить его гурьбой!»

А **Педагоги**? «Ваш ребенок ...», «Вы мне мешаете работать», «Что вы о себе возомнили?», «Почему ты это не делаешь?», «Ты наказан».

А еще **сплетни**, ревность, **деньги**, первая **линия** или последняя — все это сплошная **почва для конфликтов**. Уж не говоря о том, что женский коллектив коллег и мам частенько не в духе, просто потому что «устали», «гормоны», «муж вывел», «не похудела» и миллион всего прочего — а сорваться могут, придя на занятие. **Не специально.**

Алексей Фомкин, экс-проректор АРБ имени А.Я. Вагановой, практикующий психолог, разберет для вас **разные виды конфликтов** и способы их разрешения/профилактики.



Родитель - Руководство:

- Почему я должен платить за это?
- Нам нужен другой педагог
- Регламент нам ни о чем, мы требуем индивидуального подхода
- Вы травмировали моего ребенка

Родитель - Родитель (родители на территории студии/кружка/коллектива или по причине):

- Почему Твой Вася обижает моего Колю?
- Твой Коля украл у моего Васи телефон

Ребенок - Родитель:

- Я никуда не пойду

Ребенок - Педагог:

- Я не буду это делать
- Я прыгаю с табурета и скоро сломаю себе ногу

Ребенок - Руководство:

- Украду, пока никто не видит

Ребенок - Ребенок (дети между собой или ребенок - группа детей):

- Васька, на тебе в глаз!
- Айда валить его гурьбой!

Педагог - Родитель:

- Ваш ребенок ...
- Вы мне мешаете работать
- Что вы о себе возомнили?

Педагог - Ребенок:

- Почему ты это не делаешь?
- Ты наказан
- Ты кто такой, я тебя не слышу?
- Ты мало работаешь

Педагог - Руководство

- Много работы и мало платят
- Мне нужны другие дети
- Мне не подходит этот регламент
- Вы не можете меня уволить
- Я творец - я знаю, как надо делать
- Я не хочу учиться
- Вы меня не замечаете

Педагог - Педагог (коллеги между собой)

- Зачем ты портишь мне детей? (если занимаются параллельно)
- Сплетни
- Ревность к руководству и к детям

Руководство - Родитель

- Вы не соблюдаете регламент

Руководство - Ребенок

- ???

Руководство - Педагог

- Вы не компетентны
- Вы уволены

Руководство - Руководство (партнеры между собой)

- Как делить деньги?
- Ты работаешь меньше меня?

Где **жирным** выделен инициатор конфликта.

Каждый вид конфликта можно разобрать по схеме:

- Инициатор/Реализатор
- Видимая причина/реальная причина
- Стратегия выхода из конфликта (глазами участника, глазами руководителя)
- Профилактика подобного конфликта, чтобы избежать в будущем

- Внутренние конфликты, которые приводят к внешним:
 - Родители (нереализованные амбиции)
 - Дети (желание делать другое, но боязнь ослушаться родителей)
 - Педагоги (несостоятельность финансовая, несостоятельность творческая)
 - Предприниматели/руководство (несостоятельность финансовая, несостоятельность творческая)

- Инструментарий руководителя студии/школы/коллектива по профилактике конфликтов:
 - Регламент/“Культура компании” - требования к клиентам и сотрудникам

- В каких случаях следует обращаться к сторонним экспертам? (психологам, юристам и т.д.)
 - Как связаться с вами?

Технологии продаж: посадочная страница

Рекламное объявление — это информация о вашей услуге (в виде поста во ВКонтакте, листовки, плаката на стене и проч.). Хорошее объявление вызывает у потенциального клиента желание узнать подробности о вашей услуге (хочется уточнить стоимость, условия поступления в школу и т.д.)



Рекламное объявление в виде хенгера



Процесс подготовки к распространению хенгеров

Настройка рекламы в соцсети или распространение объявлений

— это деятельность, благодаря которой потенциальные клиенты увидят ваши рекламные объявления. Согласитесь, что если вы напечатаете коробку листовок, но не раздадите их людям на улице

— толку от этих листовок не будет.

Посадочная страница (или «лендинг») — это специально структурированная информация о вашей школе, размещенная в интернете (в виде сайта или группы ВКонтакте), цель которой — **спровоцировать** потенциального клиента выйти с вами на связь. При этом «выйти на связь» — означает не только позвонить вам на сотовый или отправить письмо в личку. Например, во ВКонтакте поводом выйти на связь будет факт **вступления новичка** в группу, свежий лайк под рекламным постом, **комментарий** под публикацией или голос в варианте опроса, которые говорят об

интересе автора к вашей услуге. Поэтому социальные сети порой гораздо эффективнее классических сайтов.

Коммуникация с потенциальным клиентом — это заранее продуманные сценарии общения (**скрипты**), подводящие клиента к совершению нужного действия. Цель скриптов — не продать «здесь и сейчас», а всего лишь замотивировать клиента познакомиться с вами **лично** (например, через родительское собрание). Также к коммуникации относится **система учёта** всех потенциальных клиентов (например, в excel-таблице) для понимания полной картины вашей целевой аудитории. При этом **важно знать и соблюдать** правила: на каком этапе общения какая информация в эту таблицу вносится.

Прежде чем «придумывать рекламу», нужно чётко видеть весь путь, по которому пройдёт потенциальный клиент, привлечённый этой рекламой. Иначе — вы потеряете и деньги, и клиента.

Три вида самых понятных и доступных рекламных объявлений:

- Хенгеры (картонные «штучки» на резиночках);
- Геотаргетированные объявления ВКонтакте;
- Карточка организации в 2GIS (для тех городов, которые есть в этом ресурсе:

<https://2gis.ru>).



Другой вид рекламы
Задача: Целевая аудитория видит рекламные материалы, хочет узнать подробнее о занятиях и обращается к вам. Нужно сделать так, чтобы стоимость мероприятий на привлечение клиента была как можно ниже.

Хенгер

1,5-2 руб./шт. Развешивается на двери квартир (в радиусе 2-3 км от вашего зала).

Как ведет себя мама? - Читает Хенгер, понимает, что это важно для ее малыша (а значит ее самой), хочет связаться с вами или узнать подробности другим способом.

Как мы на нее выходим?

- Она звонит или пишет сама;
- Она вступает в группу ВК, но не пишет, поэтому мы ей напишем сами;
- В группе ВК она участвует в голосованиях, но не пишет и не вступает, поэтому мы ей напишем сами.

Геотаргет в ВК

200-300 руб./1000 показов. Настраивается на мам вашего участка (в радиусе 2-3 км от зала).

Как ведет себя мама? - Читает объявление, понимает, что это важно для ее малыша (а значит ее самой), хочет связаться с вами или узнать подробности другим способом.

Как мы на нее выходим?

- Она пишет сама;
- Она вступает в группу ВК, но не пишет, поэтому мы ей напишем сами;
- Она участвует в голосованиях, но не пишет и не вступает, поэтому мы ей напишем сами.

Карточка организации в 2GIS

В минимальной конфигурации бесплатно. Настраиваются рубрики, чтобы при поиске танцевальных школ, вы показывались.

Как ведет себя мама? — Ищет танцевальную школу в вашем районе, видит ваш «флажок», читает карточку, хочет узнать подробнее.

Как мы на нее выходим?

- Она звонит или пишет сама;
- Она вступает в группу ВК, но не пишет, поэтому мы ей напишем сами;
- Она участвует в голосованиях, но не пишет и не вступает, поэтому мы ей напишем сами.

Посадочная страница

Самый простой и дешёвый способ на сегодняшний день — это создать группу в социальных сетях, которая будет выполнять роль посадочной страницы.

Чтобы показать наглядно, что подразумевается под посадочной страницей, мы разработали «учебный образец» на абсолютно реальной школе танца в Новосибирске: https://vk.com/obrasez_lp.

Для дизайна мы сделали шаблонное решение — фотографии юных учеников поверх яркого фона.) У вас могут быть свои варианты. Нам важно — показать структуру посадочной страницы и продемонстрировать все способы вывести потенциального клиента на общение.

Из каких основных блоков состоит посадочная страница?

The image shows a VK group page for «Перспективы» — школа танцевального искусства. The page includes a header with the school's name and location (Novosibirsk), a profile picture, and buttons for messaging and joining. Below this are statistics (5 participants, 83 photos, 6 videos) and a post from the group. The post text reads: «Вы в курсе, что рядом с вашим домом есть танцевальная школа? У нас занимаются малыши 3-6, дети 7-13 и подростки 16-22 лет. Условия обучения и порядок поступления, можно узнать здесь: vk.me/perspectivy_dance. Показать полностью...»

Below the VK page is a public poll titled «Все для развития малыша! При чем здесь танец?». The poll is from «Перспективы» — школа танцевального искусства. The poll questions and their results are:

Вопрос	Результат
Пусть лучше танцует, чем сидит в гаджетах! - 21	15.11 %
Расскажите, сколько стоит абонемент? Какое расписание занятий? - 47	33.81 %
А со сколиозом берете? А с плоскостопием? А если еще не говорит? - 12	8.63 %
Было бы здорово на пробное занятие записаться! - 17	12.23 %
У меня нет детей этого возраста, просто хочу результаты посмотреть! - 42	30.22 %

At the bottom of the poll, it says «Проголосовали 139 человек».

— Графическая Шапка (баннер, обложка) сообщества

Первое, что видит потенциальный клиент, когда проходит по ссылке объявления — это «шапка» группы. По статистике, большинство входящих — пользователи смартфонов, поэтому вы должны учитывать, как группа выглядит именно в мобильном приложении, а не только с компьютера.

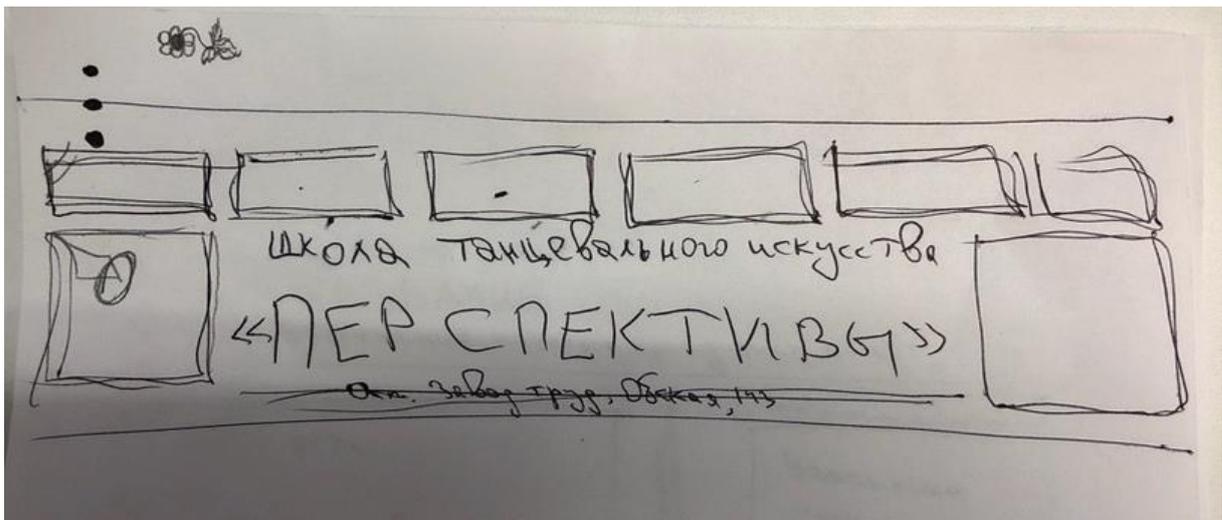
Требования к «шапке»:

— Заголовок должен быть большим и отображать суть того, что вы делаете, а не только название школы. Важно, чтобы пользователь в первые секунды своего посещения посадочной страницы понял, куда он попал.

— Так как реклама будет показываться на людей, которые живут в радиусе 2-3 км от школы, то будет логично показать что-то знакомое именно для этой категории посетителей. Если нет «местной Эйфелевой башни», то укажите ближайшую к школе остановку общественного транспорта и адрес со знакомой всем улицей.

— Шапка и посты в группе стилистически должны сочетаться (за счёт цветовой гаммы, например).

Нарисовать такую обложку любой дизайнер сможет за полчаса, если предоставить ему фотографии из вашего танцевального архива. Вот, например, как это «видит» Федор:)



Если вы — «за минимализм» или только начинаете, и архива фоток еще нет, то можно использовать «стильный» фон без фотографий. Вот пример, как это сделано в одной из Новосибирских танцевальных школ:



Взято из группы: https://vk.com/deti_tancuyu

— **Стена посадочной страницы состоит из постов.** Можно выделить три типа постов:

Основной рекламный пост

По сути — это пример рекламного объявления. Данная публикация закрепляется и, как правило, идет в таргетированную рекламу (показывается за деньги) для целевой аудитории.

Такая публикация состоит из трех частей:

- ***Иллюстрация*** Заголовок в форме вопроса «цепляет» потенциального клиента и заставляет его читать текст поста, а картинка отражает суть содержания. В нашем случае это танцующие дети. Отвечает на вопросы: «Что предлагается? Почему это важно? Что нужно сделать, чтобы получить детальную информацию?». Обязательно необходимо добавлять призыв к действию (пройти по ссылке на автосообщения группы:). Тема поста может опираться на стереотипы родителей о воспитании своего ребенка и на сложности, которые у них возникают: «Сидит в гаджетах?», «Часто капризничает?», «Хотите правильную осанку?», «Хотите, чтобы ребенок не боялся выступать?»... и т.д. Призывает целевую аудиторию дополнительно «отметиться под вашим постом». Участие в голосовании — элементарное действие, которое не вызывает сложностей у потенциального клиента, зато вы потом можете написать ему в личные сообщения, познакомиться и предложить прийти на родительское собрание).

- Опрос

vk.me/obrasez_lp

- Текст поста

«Перспективы» — школа танцевального искусства
сегодня в 2:01

Вы в курсе, что рядом с вашим домом есть танцевальная школа?

У нас занимаются малыши 3-6, дети 7-13 и подростки 16-22 лет.
Условия обучения и порядок поступления, можно узнать здесь: vk.me/obrasez_lp
Показать полностью...



ШКОЛА ТАНЦЕВАЛЬНОГО ИСКУССТВА

**А ВАШ РЕБЕНОК
ТАНЦУЕТ?**

ПЕРСПЕКТИВЫ

Все для развития малыша!
Причем здесь танец?

«Перспективы» — школа танцевального искусства
Публичный опрос

Пусть лучше танцует, чем сидит в гаджетах!

Расскажите, сколько стоит абонемент? Какое расписание занятий?

А со сколиозом берете? А с плоскостопием? А если еще не говорит?

Было бы здорово на пробное занятие записаться!

У меня нет детей этого возраста, просто хочу результаты посмотреть :)

Проголосуйте первым!

Информационные «лонгриды»

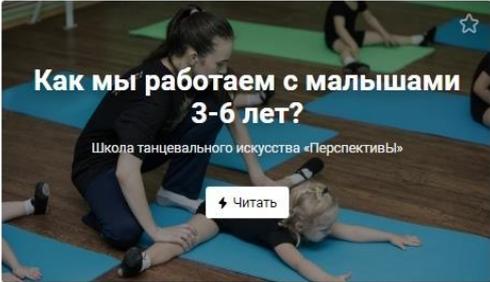
Это **внутренние** статьи ВКонтакте, которые позволяют подробно и наглядно донести до потенциальных клиентов любую информацию. В лендинге-образце представлены три примера лонгридов: два из них **о методике** работы с учениками, а один — **рассказ от первого лица** — руководителя школы. Урок, который вы сейчас смотрите, также создан, как лонгрид — внутренняя статья.

Ссылка на статью «Как мы работаем с малышами 3-6 лет?»: https://vk.com/@obrasez_lp-kak-my-rabotaem-s-malyshami-3-6-let

Школа танцевального искусства «Перспективы»
сегодня в 16:07

Немного о том, как мы работаем с самыми-самыми маленькими учениками.

Чтобы открыть статью, жмите "читать"! А Узнать подробнее о правилах поступления в школу и условиях обучения — можно здесь: vk.me/obrasez_lp



Как мы работаем с малышами 3-6 лет?

Школа танцевального искусства «Перспективы»

Читайте

41

Школа танцевального искусства «Перспективы»
сегодня в 15:40

Статья о нашей методике для старших групп. Чтобы ее открыть, жмите "читать"!

Узнать подробнее о правилах поступления в школу и условиях обучения — можно здесь: vk.me/obrasez_lp



Как занимаются дети 7-13 лет?

Школа танцевального искусства «Перспективы»

Читайте

Ссылка на статью «Как
занимаются дети 7-13 лет?» :
https://vk.com/@obrasedz_lp-kak-zanimautsya-deti-7-13-let

Ссылка на статью «О школе от
первого лица»:
https://vk.com/@obrasedz_lp-o-shkole-ot-pervogo-lica

Каждый «лонгрид» завершается
призывом к действию и ссылкой на
автосообщение группы:



«Перспективы» — школа танцевального искусства
17 окт в 23:33

Статистика · Редактировать

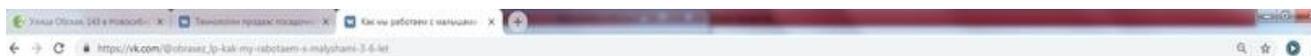
Как мы работаем с малышами 3-6 лет?

Многие родители приводят своих малышей в танцевальную школу и сразу же ждут от них побед на конкурсах, сольных выступлений, идеальной растяжки, акробатических номеров и «звездного шоу»...



В реальности же, прежде чем малыш адаптируется, научится ловить ритм, подготовит тело к серьезным движениям и научится «чувствовать танец» — проходит достаточно много времени.

Победы, которых добиваются дети в возрасте 3-6 лет, могут казаться незначительными для взрослых. Ведь дяди и тети зачастую не помнят, как они сами учились ровно ходить, бегать, прыгать, формулировать мысли, держать



Концерты проходят в формате открытых уроков (в ноябре и в марте-апреле), отчетных концертов (на новый год в декабре и в конце учебного года в июне), школьных праздничных мероприятий (день Матери, 23 февраля, 8 марта...).

Каждый концерт — целое событие для малыша! Ведь поддержать маленьких артистов мы приглашаем всю его семью.

А еще, начиная с 5-ти лет, мы ходим в багунный центр. Когда малышки подрастают до школьного возраста, мы организовываем для них летнюю детскую площадку с насыщенной программой: посещение бассейна, планетария, цирка, парка аттракционов и летних интенсивных тренировок.)

Вашему малышу 3-6 лет? — Приведите его на просмотр!

Пройдите по ссылке: vk.me/obrasedz_lp

Я пришлю вам актуальное расписание, условия поступления и регламент школы :)

«Дополняющие» посты

Для этих постов обычно используют фирменную подложку (картинка с заголовком и характеризующей тему поста иллюстрацией). Можно заказать дизайнеру шаблон за небольшие деньги, а картинки и заголовки потом менять самостоятельно (бесплатно).

Дополняющие посты могут быть ответами на часто задаваемые вопросы, например:

- Как добраться до танцевальной школы?
- Какие требования к внешнему виду?
- Какие условия занятий (залы, сцена, раздевалки и т.д.)?
- К кому обратиться, если не нашел ответа на свой вопрос или не можешь определиться с выбором?
- И т.д...

«Перспективы» — школа танцевального искусства
сегодня в 1:59

Перспективы располагаются в Центре культуры учащейся молодежи на Обской, 143.

- Если вы едете на общественном транспорте, то ориентиром служит остановка "Завод Труд" (ул. Большевикская) - идти 2 минуты от нее;
- Если на метро, то "Речной Вокзал" (10-15 можно пройти пешком по набережной и через Ривер Парк завернуть на Обскую).
- На машине: еще проще, минуя большевикскую, доехать по обской прямо до места

К нам приезжают с "Первомайки", "Золотой нивы", мкр-на "Ясный берег", "Педагогического университета" и других не самых близких районов.

Если вы не уверены, что понимаете, как добраться до нас, то пройдите по ссылке vk.me/obrasez_lp я помогу :)



ШКОЛА ТАНЦЕВАЛЬНОГО ИСКУССТВА

КАК ДОБРАТЬСЯ ДО ШКОЛЫ?

ПЕРСПЕКТИВЫ

10

«Перспективы» — школа танцевального искусства
28 окт в 0:43

В школе есть правила. Одно из них - занятия проходят в форме.

Сценический, профессиональный и педагогический опыт научил меня, что форма — это очень важно и для детей, и для педагогов.

- Во-первых, у всех свои представления об опрятности. А форма позволяет избежать всевозможных житейских казусов ;)
- Во-вторых, форма — это красиво и воспитывает чувство эстетики у детей, дисциплинирует и делает коллектив единым
- В-третьих, когда есть личная форма, то и возникает ответственность за нее. Дети учатся следить за своими вещами, держать их в порядке и чистоте. А это отличный навык для взрослой жизни.

Чтобы узнать все правила нашей школы, пройдите по ссылке: vk.me/perspectivity_dance и напишите "пришлите мне правила".



ШКОЛА ТАНЦЕВАЛЬНОГО ИСКУССТВА

ДЕТИ ЗАНИМАЮТСЯ В ФОРМЕ

ПЕРСПЕКТИВЫ

3 1 155

«Перспективы» — школа танцевального искусства
28 окт в 0:43

Отдельная гордость

Наши светлые теплые залы с деревянным покрытием и отдельные раздевалки со скамейками и шкафчиками. Кроме того, в Центре культуры учащейся молодежи есть своя (пусть и небольшая) сцена, которой мы с удовольствием пользуемся.

Вашим детям не придется переодеваться в коридорах. Их суставы в безопасности (так как пол деревянный, а не бетонный). Репетиции проходят там же, где и основные тренировки.

Подробнее о правилах поступления здесь: vk.me/perspectivity_dance



ШКОЛА ТАНЦЕВАЛЬНОГО ИСКУССТВА

ХОРОШИЕ ЗАЛЫ ОТДЕЛЬНЫЕ РАЗДЕВАЛКИ

ПЕРСПЕКТИВЫ

2 1 129

— Вспомогательный контент

К нему относятся фотоальбомы и видеозаписи. Используйте их для того, чтобы сообщество выглядело «полным» и «насыщенным». В описании к фотографиям и видеозаписям добавляйте призывы к действию (отправляйте на автосообщения).

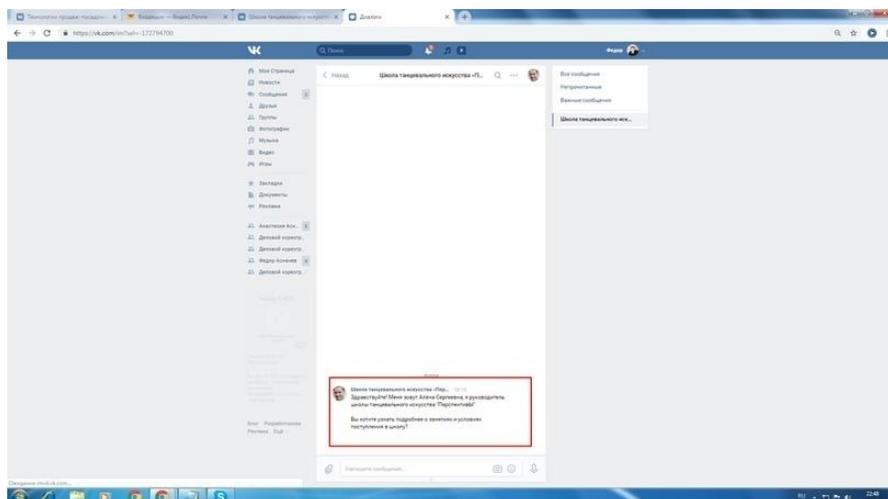


Что такое автосообщения?

Каждый пост, каждый лонгрид и фотография внутри посадочной страницы призывают пройти по ссылке: vk.com/obrasez_lp

Если пройти по ссылке, то вы попадаете в мессенджер ВКонтакте, и сообщество вам напишет:

Если потенциальный клиент отреагирует на этот вопрос, то вы увидите в сообщениях группы своей танцевальной школы уведомление о непрочитанном письме и сможете продолжить диалог.



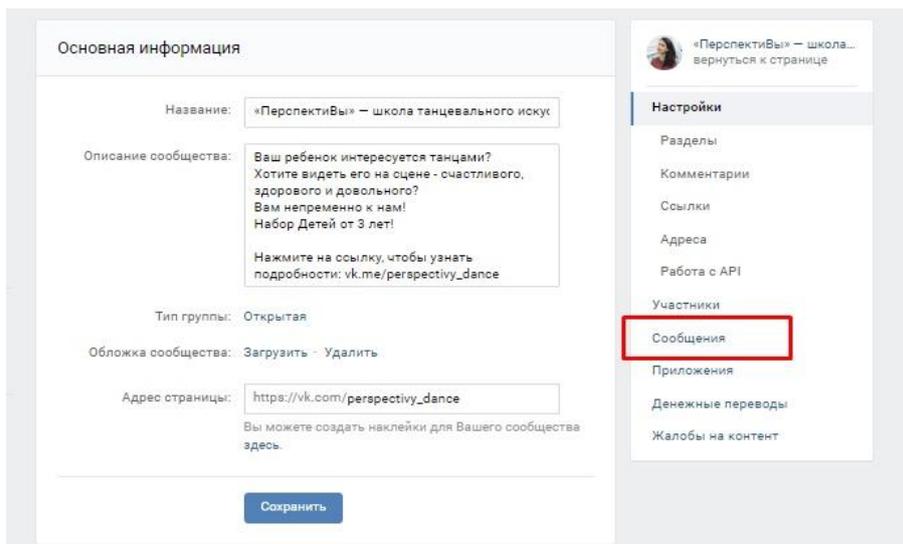
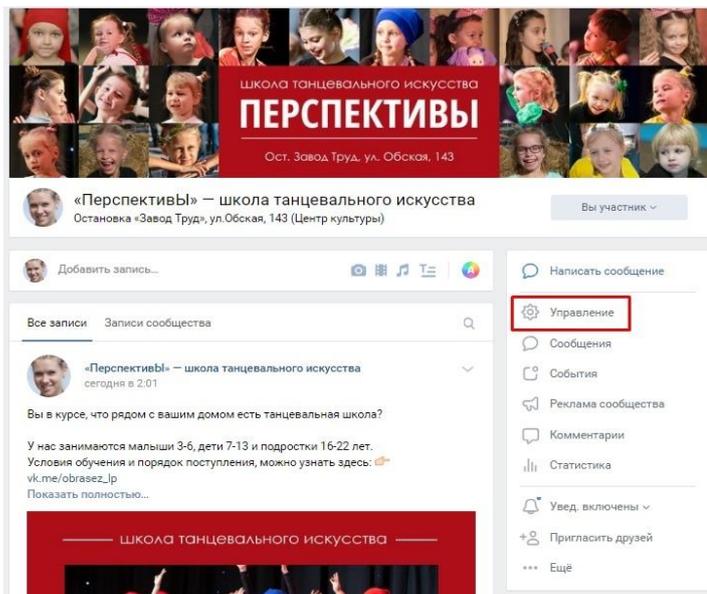
Автосообщение необходимо делать в форме **вопроса**, так как иначе у потенциальных клиентов меньше стимула, чтобы вам отвечать.

Настроить автосообщение можно в управлении сообществом:

Рекомендуем добавлять уведомления о сообщениях в левое меню, чтобы вы могли в любой момент быть на связи (иначе входящие сообщения можно просто забыть).

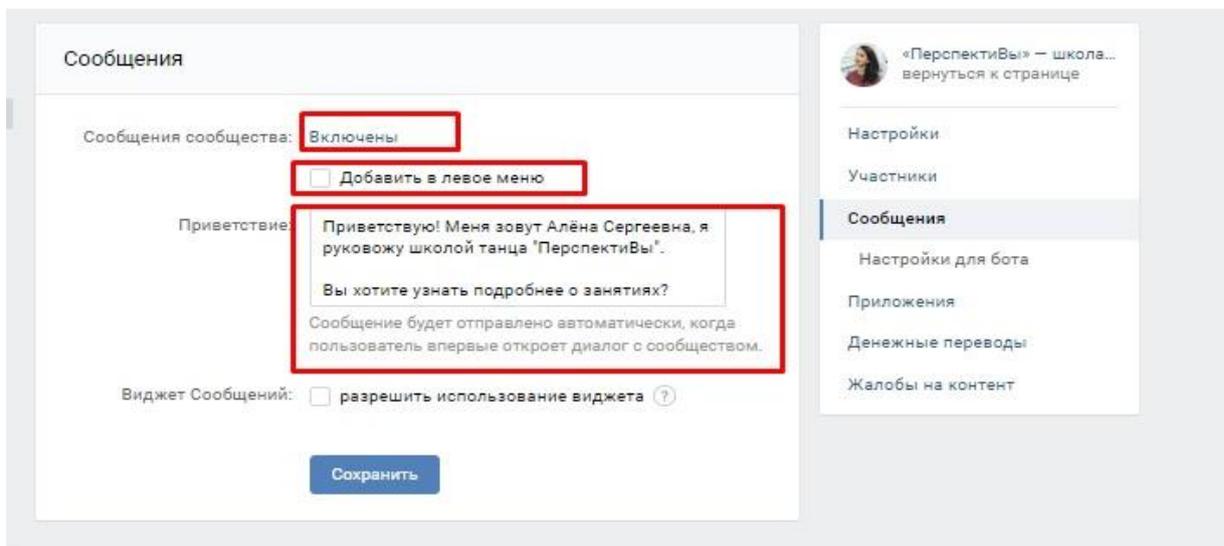
Если вы всё время заходите во ВКонтакте с телефона, то установите приложение для администраторов сообществ: <https://vk.com/vkadmin>

Оно позволяет общаться с клиентами от лица группы.



Главная задача посадочной страницы — сделать так, чтобы наиболее заинтересованные потенциальные клиенты вам написали через сообщения группы. А менее заинтересованные (или более робкие), но при этом целевые — каким-то образом отреагировали на ваше предложение (поучаствовали в опросах внутри группы,

вступили в неё, поставили лайк и т.д.), и тем самым позволили вам выйти на них со своим предложением уже через личные сообщения.



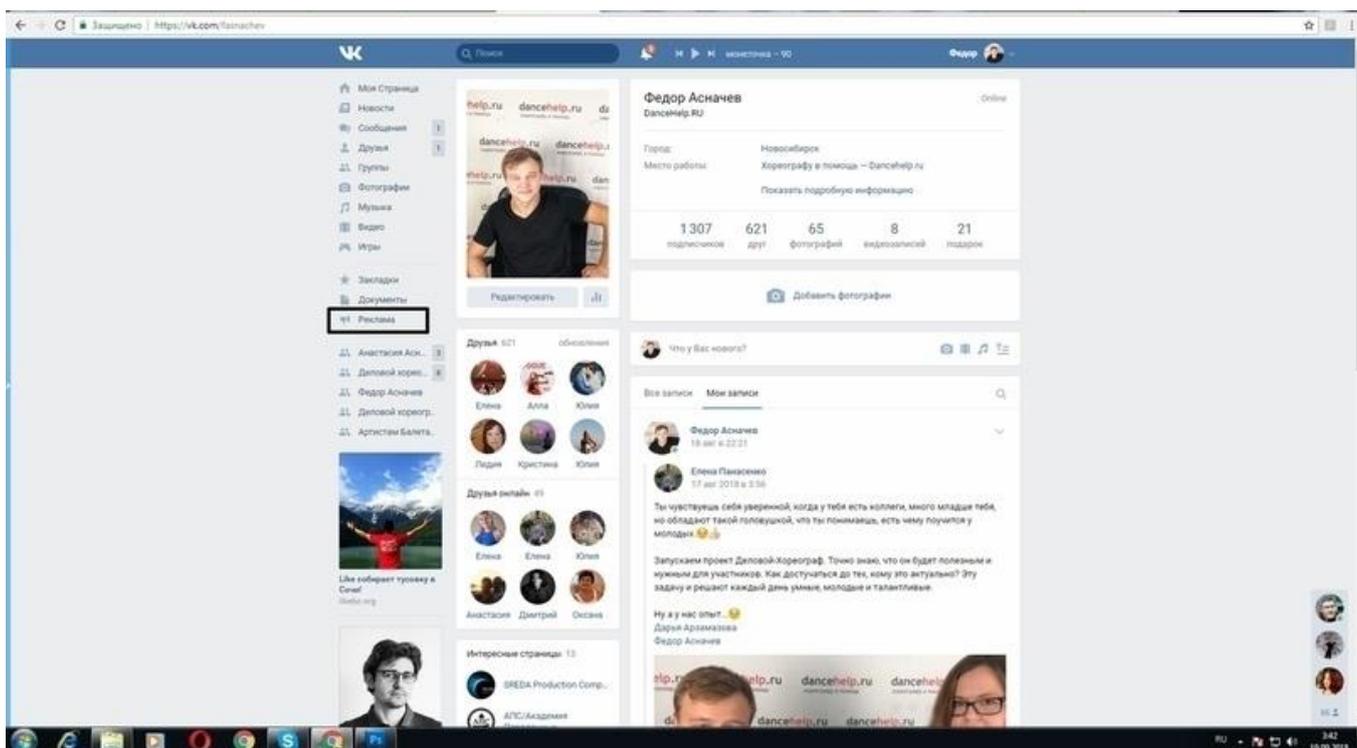
Запускаем геотаргетинг

Основная сложность в настройке таргетированной рекламы во ВКонтакте — поиск аудитории, которой ваши объявления будут показываться. А также, сможете ли Вы своими рекламными материалами убедить целевую аудиторию писать личные сообщения и оставлять заявки.

Суть геотаргетинга (или географического нацеливания) в том, что ваши объявления будут показываться людям, живущим в радиусе какого-то расстояния от выбранной вами точки на карте. Радиус можно задавать от 500 метров до 10 км.

— Всё начинается с рекламного кабинета ВК. Если он у вас уже есть, то кнопка на него будет в левом меню. Если рекламного кабинета ещё нет — то проходите по ссылке: <https://vk.com/ads> и жмите «создать объявление»

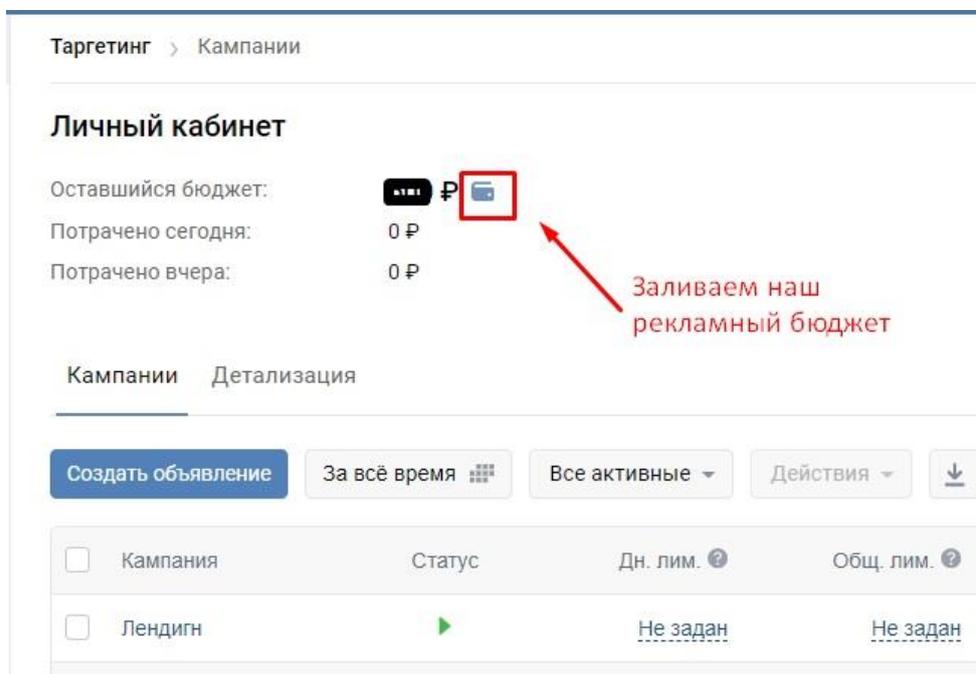
В моём случае кабинет есть, поэтому я зашел через левое меню:



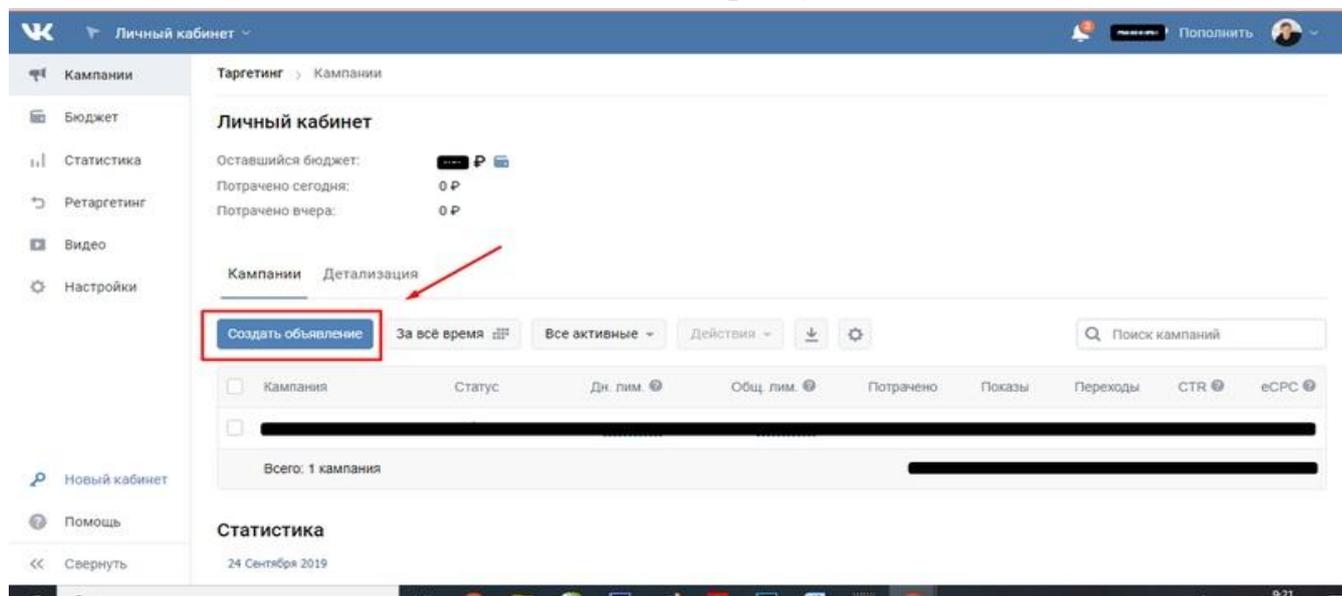
Объявления отправятся на модерацию, только если пополнить счёт. Опытные таргетологи порекомендовали нам положить на свои эксперименты не менее 5 тысяч рублей, чтобы наверняка хватило, и всё стало понятным. Минимальная сумма для пополнения счета — **500 руб**, с неё и можно начать!

Эти деньги потом нельзя вывести обратно, но Вы (и только вы) можете полностью управлять ими в рамках рекламных услуг ВКонтакте. Чтобы пополнить

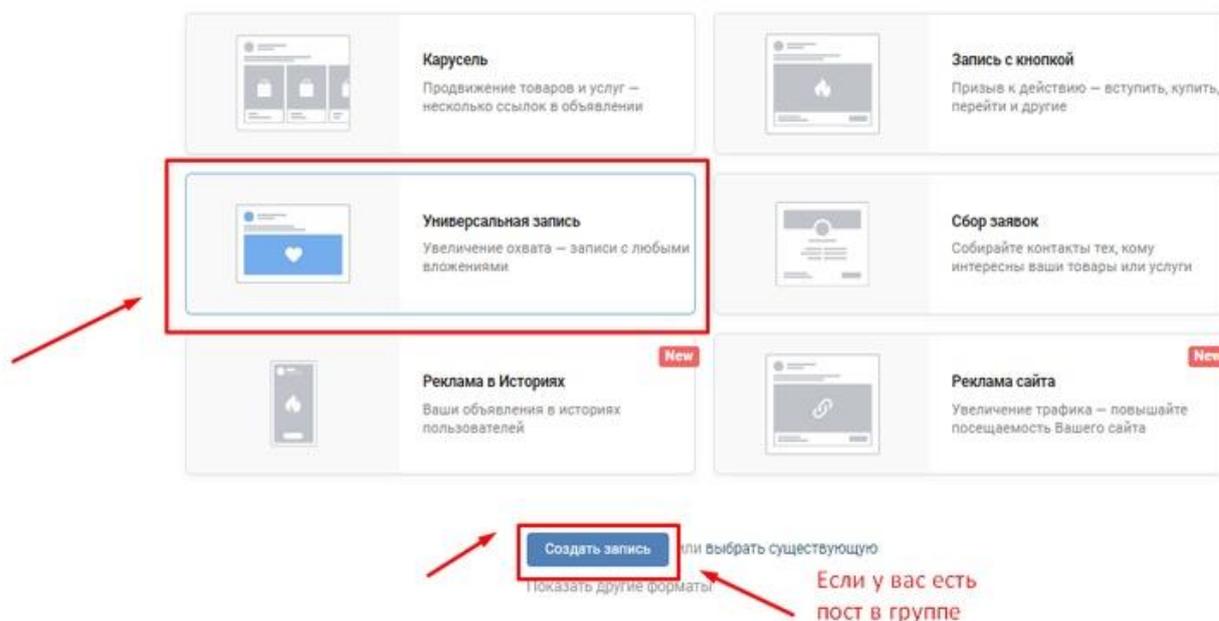
счёт, необходимо нажать одноименную кнопочку и при помощи своей банковской карты перевести необходимую сумму сервису. Это делается буквально в пару кликов (одна из самых удобных форм оплаты в стране, как мне кажется).



После того, как счёт пополнен, можно приступать к созданию объявления.



В ВК есть несколько форм объявлений. Мы чаще всего используем рекламные записи в новостной ленте. По сути — это обычные посты, которые показываются вашим потенциальным клиентам, когда они листают ленту новостей или стену своих любимых сообществ. Бесплатно вы можете опубликовать свой пост у себя в группе, но его не увидит множество людей. А если заплатить ВК и правильно настроить показы, то информация о ваших услугах дойдет до тысяч человек (как нам обещает ВК) за очень короткий срок.



Из всех типов объявлений я выбрал «универсальную запись», так как она полностью повторяет стандартный пост в ВК и мне понятна.

Далее нужно выбрать группу, от которой будет показываться ваше объявление, и составить рекламный пост.

Какими должны быть рекламные посты?

Чтобы ответить на этот вопрос, нужно понять: а кого мы хотим завлечь своей рекламой? Ответ понятен: мамы малышей 3-6 лет. Следующий вопрос, который возникает: а на что эти мамы с большей вероятностью среагируют?

Нам кажется, что хорошим «раздражителем», «крючком», «привлекателем внимания» являются фразы и образы, связанные со стереотипами и «болями» всех родителей. Например, капризы и гиперактивность малышей, страх родителей за здоровье и будущее своих чад (осанка, плоскостопие, умственное развитие и т.д.). Каждый такой стереотип может стать темой рекламного поста.

Образец, который я вам покажу сегодня, направлен не только на малышей, но и на более взрослых детей и подростков, поэтому он несколько отличается по подаче, чем чисто «малышковый».

Публикация в нашем исполнении состоит из 3 основных элементов:

— Текст. Его основная задача — спровоцировать человека, написать вам личное сообщение за счет элемента недосказанности («Хотите узнать подробности? — пишите!»).

— Иллюстрация. Она должна в первые доли секунды привлечь внимание целевой аудитории к рекламному посту (в первую очередь — тексту). Помимо образа (самой картинки) хорошо работают короткие надписи в форме вопросов. Например, в нашем случае, я написал «А ваши дети танцуют?», чтобы привлечь внимание родителей.

— Опрос. Если его грамотно составить, то он может ненавязчиво привлечь внимание целевой аудитории и спровоцировать ее на целевое действие (нажать на один из вариантов). Поскольку опрос открытый, после мы выходим на каждого поучаствовавшего участника в личных сообщениях, чтобы по скриптам предложить им наши услуги.

В примере на скриншоте мы использовали короткий опрос. Можно сделать и с большим количеством вариантов. Главное, чтобы опрос цеплял, вызывал желание поучаствовать в нем и узнать результаты.

Пример опроса с большим количеством вариантов ответа (для тех, кто настраивает таргет на мам малышей):

Мамочки малышей! Как справляетесь с капризулями?

- Свежий воздух, долгие прогулки!
- Со временем пройдет. Это нормально.
- Побольше книжек — поменьше мультиков!
- С нашим папой не забалуешь!
- Бывает сама плачу! А что делать?
- Мы уже выросли! Сейчас другие проблемы!
- Я не мамочка малыша, но любопытно...



После того, как пост готов, нужно настроить аудиторию, которой этот пост будет показываться. Поскольку мы говорим о географическом нацеливании, то нужно поставить галочку в поле «Выбрать на карте» и задать адрес вашего зала с радиусом участка. В графе «тип места» поставьте «дом», чтобы объявления показывались только тем, кто живет рядом, а не тем, кто здесь бывает проездом.

Браузер может попросить у вас разрешение на доступ к вашей географической позиции, я разрешаю — это нормально.

Справа у вас будет счётчик, в котором отражается число людей, удовлетворяющих вашим требованиям. Чем больше — тем лучше. Ведь это аудитория, которая может стать Вашим клиентом.

Чтобы объявления не показывались малолетним школьникам, мужчинам, бабушкам и прочей не целевой аудитории, поставьте отметку о поле и возрасте (это ниже).

Параметры рекламируемого объекта

Возрастная маркировка:

Настройка целевой аудитории

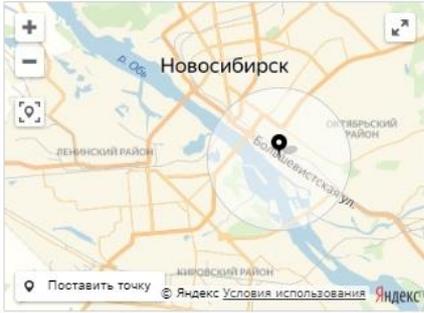
География
Страна, город, местоположение

География: Города и регионы **Выбрать на карте**

Тип мест:

Места:

Введите адрес или название места



Целевая аудитория: **9 900 человек** [?]

Рекомендуемая цена: 258.64 Р

Демография
Пол, возраст, день рождения, семейное положение

Демография
Пол, возраст, день рождения, семейное положение

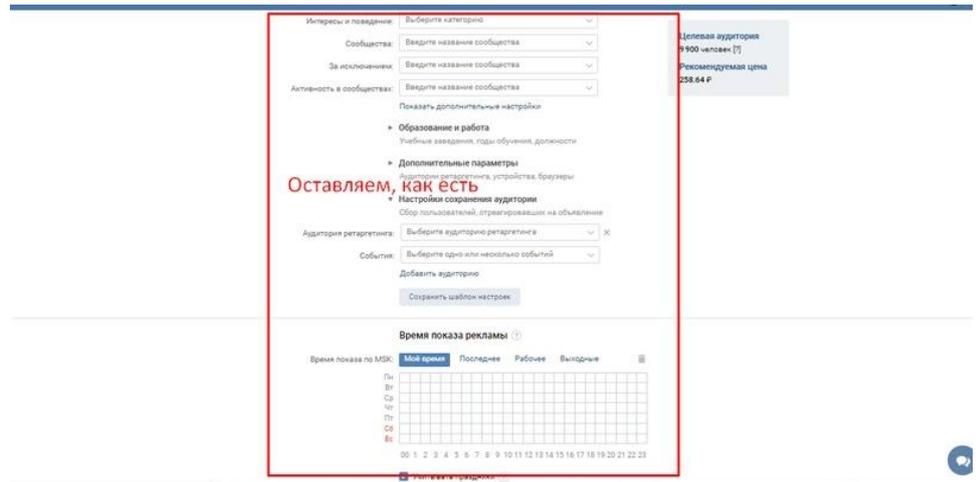
Пол: Любой Мужской **Женский**

Возраст: Любой

День рождения: Сегодня Завтра В течение недели

Семейное положение:

Прокручиваем вниз. На первом тесте я бы не трогал настройки ретаргетинга и прочие страшные слова. Мы сейчас изучаем простейший способ «в лоб», который сможет повторить каждый из вас.



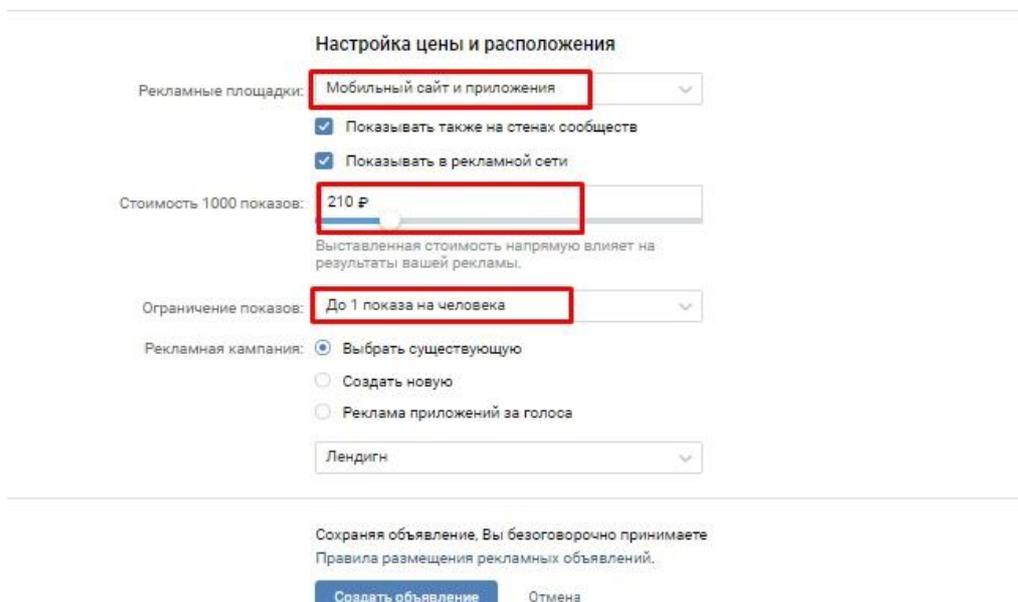
А вот в самом низу есть несколько настроек, которые следует посмотреть и перенастроить под себя.

В первую очередь нужно поставить правильную рекламную площадку «Мобильный сайт и приложения», поскольку аудитория в основном мобильная. Если вы заметили, наши посты, как правило, с квадратными картинками — это делается специально для телефонов.

Стоимость за 1000 показов на старте рекомендую снизить на 50-25% от первоначальной. ВКонтakte хочет, чтобы ваш бюджет быстро истощился — не поддавайтесь на его провокации :) Здесь основной момент в том, что стоимостью регулируется скорость показов. Если аудитория получилась большая, то показы будут даже при стоимости ниже, чем просит ВКонтakte. Но если показы очень медленные — то повышайте ставку.

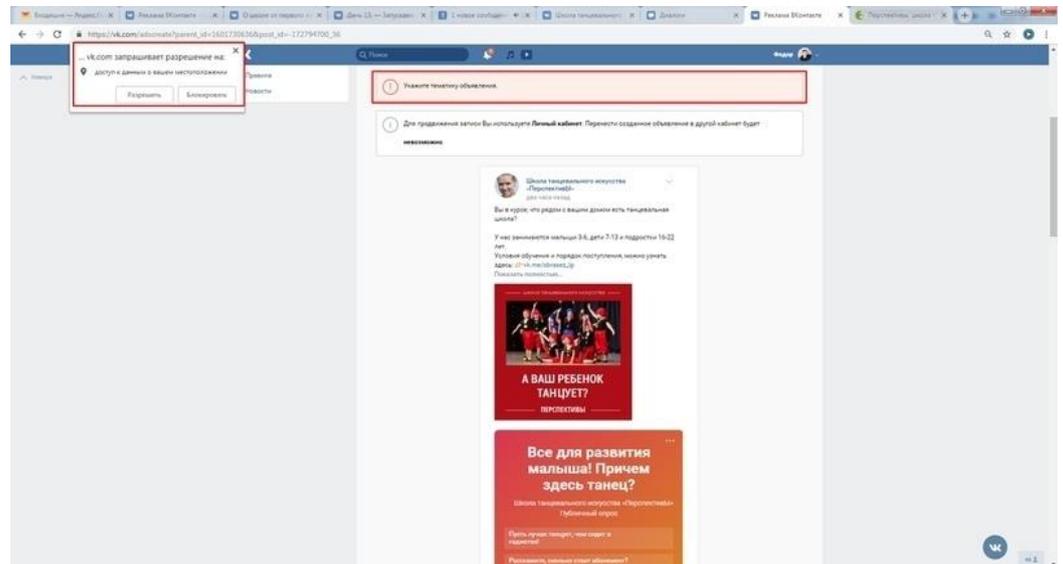
Еще один момент: количество показов одному человеку. Ставьте 1, из тех же соображений экономии.

Если у вас нет рекламной кампании, то создайте ее. Если есть, то выберите ту, которую хотите использовать. Это делается для того,

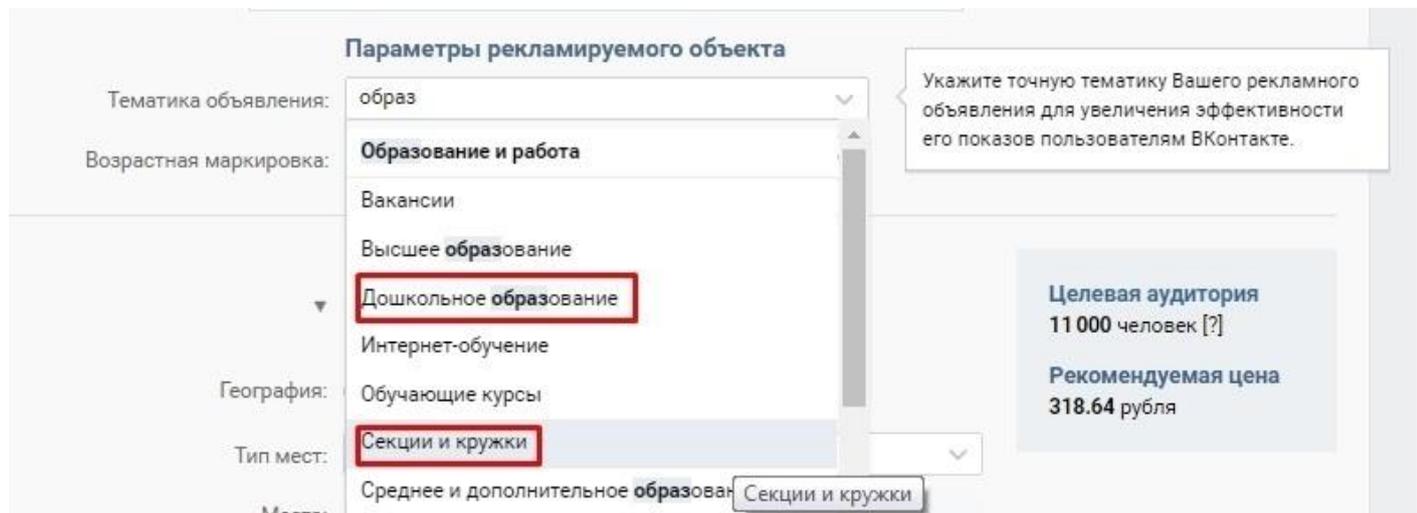


чтобы объявления были сгруппированы в одном месте, а не разбросаны по всему рекламному кабинету.

После нажатия кнопки «Создать объявление», Вы можете заметить, что объявление не создалось. Не пугайтесь, просто «ВКонтакте» может вас попросить донастроить обязательные поля. Вчера ночью я, например, не указал тематику объявления.

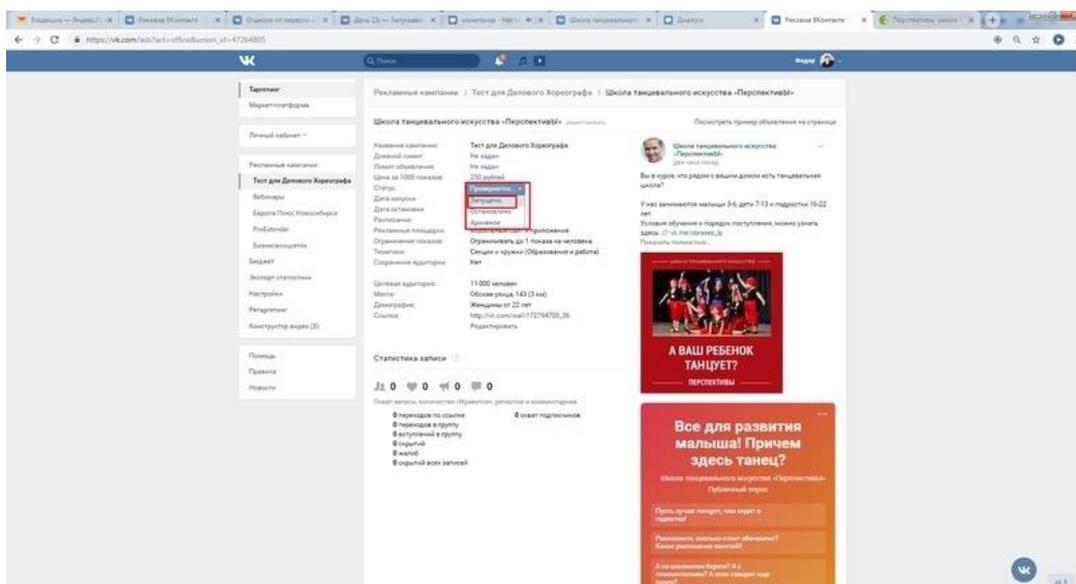


Просто спуститесь ниже под объявление, установите нужный параметр и снова жмите «Создать объявление».



Если все хорошо, вы попадаете на страницу управления объявлением и данных о статистике. Здесь можно его запустить, остановить, поменять цену за 1000 показов и отредактировать.

Сразу после настройки, если пост выглядит так, как вы хотите, отправляйте его на модерацию. Для этого необходимо поменять статус на «Запущено». Автоматически система отправляет объявление на проверку администратором ВКонтакте.



Проверка может длиться достаточно долго, но обычно уходит не более часа.

Как только проверка завершится, объявление автоматически начнёт показываться и деньги будут списываться, поэтому установите на всякий случай дневной лимит, например, в 500 рублей, а потом его постепенно увеличивайте — в зависимости от того, как на объявление реагируют люди.

Если вы поняли, что в настройках нужно что-то поменять, жмите «Редактировать», и изменяйте пост или параметры. Если вы меняете пост, то придется повторно ждать проверку: это обязательная процедура ВКонтакте, чтобы в рекламе не было ничего запрещенного.

Школа танцевального искусства «Перспективы» редактировать

Название кампании:	Тест для Делового Хореографа
Дневной лимит:	Не задан
Лимит объявления:	Не задан
Цена за 1000 показов:	250 рублей
Статус:	Проверяется... (?)
Дата запуска:	Не задана
Дата остановки:	Не задана
Расписание:	Не установлено
Рекламные площадки:	Мобильный сайт и приложения
Ограничение показов:	Ограничивать до 1 показа на человека
Тематики:	Секции и кружки (Образование и работа)
Сохранение аудитории:	Нет
Целевая аудитория:	11 000 человек
Места:	Обская улица, 143 (3 км)
Демография:	Женщины от 22 лет
Ссылка:	http://vk.com/wall-172794700_36 Редактировать

Статистика записи ?

0 0 0 0

Охват записи, количество «Нравится», репостов и комментариев.

- 0 переходов по ссылке
- 0 охват подписчиков
- 0 переходов в группу
- 0 вступлений в группу
- 0 скрытий
- 0 жалоб
- 0 скрытий всех записей

Рекламные кампании > Тест для Делового Хореографа > Школа танцевального искусства «Перспективы»

Школа танцевального искусства «Перспективы» редактировать Посмотреть пример объявления на странице

Название кампании: Тест для Делового Хореографа

Дневной лимит: Не задан

Лимит объявления: 250
Рекомендованное значение – 312.44 рубля

Цена за 1000 показов: Сохранить Отмена

Статус: Не установлено

Дата запуска: Не установлено

Дата останова: Не установлено

Расписание: Не установлено

Рекламные площадки: Мобильный сайт и приложения

Ограничение показов: Ограничивать до 1 показа на человека

Тематики: Секции и кружки (Образование и работа)

Сохранение аудитории: Нет

Целевая аудитория: 11 000 человек

Места: Обская улица, 143 (3 км.)

Демография: Женщины от 22 лет

Ссылка: http://vk.com/wall-172794700_36

Редактировать

 Школа танцевального искусства «Перспективы»
два часа назад

Вы в курсе, что рядом с вашим домом есть танцевальная школа?

У нас занимаются малыши 3-6, дети 7-13 и подростки 16-22 лет.
Условия обучения и порядок поступления, можно узнать здесь: vk.me/obrasez_lp

[Показать полностью...](#)

А ВАШ РЕБЕНОК ТАНЦУЕТ?

ПЕРСПЕКТИВЫ

Все для развития малыша! Причем здесь танец?

Школа танцевального искусства «Перспективы»
Публичный опрос

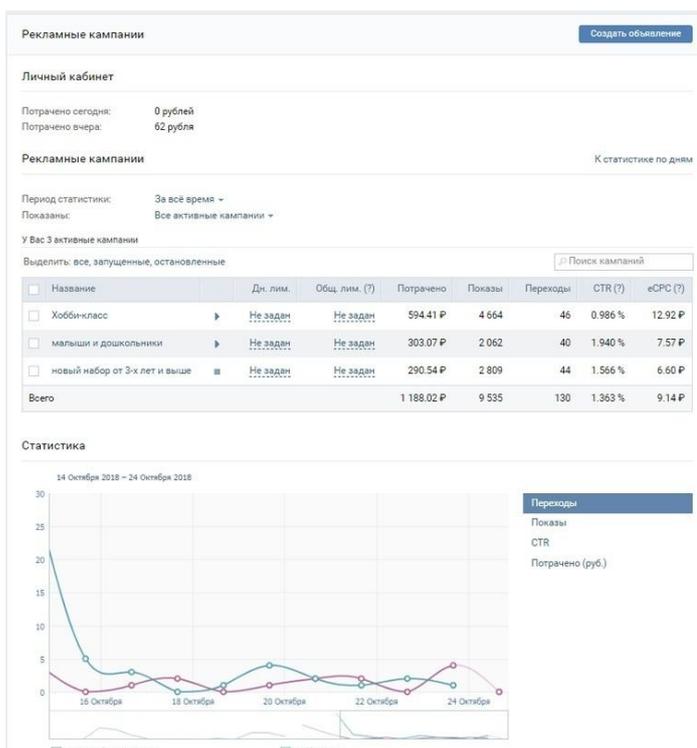
Статистика записи ?

0 0 0 0

Охват записи, количество «Нравится», репостов и комментариев.

- 0 переходов по ссылке
- 0 переходов в группу
- 0 вступлений в группу
- 0 скрытий
- 0 жалоб
- 0 скрытий всех записей
- 0 охват подписчиков

Когда начнутся показы, у вас начнёт показываться статистика. Она выглядит примерно вот так:



Этот пример прислала мне в личных сообщениях одна из участниц курса, которая начинала свои эксперименты с геотаргетингом. Из этой статистики ясно, сколько денег на объявление вы потратили, сколько показов было сделано и какая эффективность у объявления (CTR). Если ваше объявление увидело уже 2-3 тысячи человек и не было ни одного клика, то это верный признак того, что-либо объявление неудачно сделано, либо вы неверно настроили аудиторию. Посмотрите ещё раз все настройки и прочитайте текст, посмотрите, сколько человек поучаствовало в опросе, кто они.

Небольшое резюме:

У вас перед глазами — простейшая пошаговая инструкция по настройке геотаргетинга во ВКонтакте. Рекомендую вам создать 3-4 объявления и протестировать их, потратив по 500-600 рублей на каждое. Это деньги, которые могут не отбиться, но которые дадут вам понимание, как люди реагируют на написанные вами посты и сообщения.

Стратегий настройки рекламы в ВК огромное количество. Если вы хотите развиваться в этом направлении, то обязательно следите за всеми обновлениями в специализированных блогах.

Так ВК стабильно радует нас своими статьями по инструментам для бизнеса в этой группе: <https://vk.com/business>

Сервисы «Церебро» и «Таргет Хантер» постоянно делятся кейсами и различными приёмчиками, которые можно брать на вооружение:

— <https://vk.com/targethunter>

— https://vk.com/cerebro_vk

Изучайте, погружайтесь и получайте от этого процесса удовольствие, как получаем его мы :)

Хенгеры

Помимо интернет-рекламы предлагаем вспомнить про «старые-проверенные» способы продвижения. Мы пользовались хенгерами и сегодня расскажем, как их делать.

Задача рекламы — создать поток входящих обращений от целевой аудитории. В рамках учебной модели «Участковый Хореограф» разберем процесс создания рекламы на примере хенгера — от идеи и макета до дизайна и типографии.

Прежде чем рисовать макеты и писать тексты объявлений, нужно сформулировать техническое задание (ТЗ). Ваша работа над ТЗ — лучшая профилактика конфликта с дизайнером, которая экономит время, нервы и деньги. Вы можете вносить правки в ТЗ, главное, чтобы это было осознанно и ответственно — зафиксировано и согласованно с дизайнером.

Для начала, вспомните, какую именно задачу вы решаете?

Например, «Мне надо срочно набрать две новые группы по 20 малышей, можно одних девочек, главное — срочно».

Дайте предельно краткие и ёмкие ответы в письменном виде на три базовых вопроса:

— Что вы предлагаете?

Например, «мы предлагаем регулярные развивающие занятия для детей от 2 до 5 лет по хореографии рядом с домом».

— К кому именно вы обращаетесь в рекламе?

Наша целевая аудитория — мамы малышей и дошколят от 2 до 5 лет, живущие в нашем районе.

— Какого главного действия вы хотите добиться от целевой аудитории?

Например, «я хочу, чтобы мамы малышей добавили меня в друзья в соцсети (укажите адрес) или позвонили мне на сотовый (укажите номер), чтобы узнать условия обучения».

Дизайнер должен добиться того, чтобы мамам было с первого взгляда понятно, что вы обращаетесь **именно к ним** и предлагаете занятия хореографией именно для их малышей. У них **должны возникнуть**



ДЛЯ РОДИТЕЛЕЙ МАЛЫШЕЙ 2-6 ЛЕТ

Здравствуйте! Меня зовут Федор Асначев, я участковый хореограф Центрального района Новосибирска, и ваш дом находится в моем ведомстве. Я веду перепись всех малышей, которые живут здесь, чтобы проверить их на танцевальную одаренность, а также найти тех, кому занятия хореографией смогут помочь в развитии и стать более здоровыми.

Если Вы мама, папа, бабушка или дедушка, напишите мне, пожалуйста, в ВК: <https://vk.com/fasnachev> По фотографии я определяю, есть ли у вашего ребенка сколиоз, и смогу рассказать, какие упражнения, смогут укрепить его спину.

Я живу в нескольких домах от вас, если хотите, мы можем встретиться.



КАК ХОРЕОГРАФИЯ МОЖЕТ ПОВЛИЯТЬ НА ЖИЗНЬ ВАШЕГО РЕБЕНКА?

2-3 года

- Формирует правильную осанку на всю жизнь.
- Формирует стопы (профилактика плоскостопия)
- Развивает чувство ритма и координацию (дети раньше начинают слышать музыку, попадать в такт, петь, четко говорить).

3-4 года

- Формируется танцевальность и пластичность.
- Если применять растяжки без внешней нагрузки («без слез»), то малыши становятся гибкими. Причем гибкие не только тела, но и ум.

5-6 лет

- Дети привыкают к режиму работы. После нескольких лет танцев школа становится для них интересным приключением без стрессов и лишней нагрузки на социализацию и привычку трудиться.
- Дети, занимающиеся танцем, менее зажаты, творчески активнее сверстников, легче осваивают общеобразовательную программу в школе.

вопросы, и они должны не бояться позвонить и подружиться в ВК.

Если у вас есть идеи, попробуйте набросать макет хенгера (желательно с отверстием и резинкой) в оригинальном размере. Поищите подходящие иллюстрации из своего архива или в интернете.

Например, я для этих целей использовал Word и сделал макет в стиле «письмо родителям»

Сейчас, когда у нас есть посадочная страница, то призывом к действию может быть переход по ссылке на нее: https://vk.com/obrasez_lp, а не на личную страницу.

Покажите дизайнеру это «ТЗ» и дайте понять, что верите в его талант, но будете сверять результаты его работы со своей постановкой задачи. Чем точнее дизайнер будет понимать, что вы хотите **получить в итоге** - тем успешнее будет ваше сотрудничество.

Как найти дизайнера?

Можно спросить у знакомых, кто имел дело с полиграфией или разработкой своих сайтов, например. Можно воспользоваться биржами фриланса вроде: <https://www.fl.ru/>

*Приглашение
на экскурсию*



Узнаете этот
красивый забор?

А знаете ли вы,
какие возможности
для вашего ребенка
скрываются за ним?



Балетная Школа Сибири
Новосибирское государственное
хореографическое училище

ИЗ КАПРИЗУЛЬ — В ТРУДЯЖКИ!



Как научить малыша получать
удовольствие от труда,
а не от пустых развлечений?

+7-913-481-2174

Узнайте все о программе,
расписании и условиях!



Подать заявку:
vk.com/dancekids_ru

Если дизайнера под рукой нет, мы предлагаем позвонить в типографию (хенгеры все равно придется печатать) и спросить там. Как правило, при типографиях есть ребята, которые смогут нарисовать по вашему тех.заданию нужный макет.

Как быть с полиграфией?

Мы предлагаем печатать офсетом. Стоимость одного экземпляра при такой технологии может быть менее 2-х рублей.

Если вам говорят, что 1000 штук стоит 16 тыс.рублей, вам предлагают фигурную резку или сразу распространение в любом районе — лучше поискать альтернативы. Это либо другая технология печати, либо — рекламное агентство. Участковый хореограф с типографиями работает напрямую, потому что это выгоднее. Вместо изящного крюка вполне подходит отверстие специальным дыроколом в типографии и резиночка для денег.

О чём помнить в подъездах?

— Хенгеры нужно **повесить** на **каждую** дверную ручку.

— Не конфликтуйте и не оправдывайтесь, включайте уверенного в себе агитатора. Вам — про мусор в подъездах, вы — про сколиоз, плоскостопие и ожирение среди детей! С улыбкой и энтузиазмом!

— Делайте пометки, сколько хенгеров и где развесили, чтобы после анализировать рекламный «выхлоп».

Если нет времени и желания разносить хенгеры самому...

Здесь уже всё будет зависеть от ваших финансовых возможностей:

1. Вы можете попросить помочь вам друзей и знакомых, взрослых учеников своей школы или своих детей. Их также можно «простимулировать» небольшой финансовой выплатой.

2. В интернете сейчас много компаний, которые оказывают услуги такого плана. В Новосибирске, например, средняя стоимость разноса 1 хенгера — 1 рубль. При этом такие компании делают для вас фотоотчёты о своей работе: что реклама точно разнесена, а не благополучно опущена в ближайший мусорный контейнер.

3. Почта России также осуществляет подобные услуги: на сайте указана стоимость услуг по доставке вашей рекламной продукции в почтовые ящики. При этом возможно 2 варианта:

— разнос листовок по указанным вами домам <https://geo.pochta.ru/>

— таргетированная почтовая рассылка письмами вашей рекламы потенциально заинтересованным клиентам по базе Почты России (база сформирована на основе адресов, по которым осуществляется доставка писем, посылок, заказов из интернет-магазинов, газет и журналов по подписке) <https://www.pochta.ru/support/reklama/direct-mail>

В случае с Почтой России ваша реклама попадет в почтовый ящик в виде листовки или письма с рекламными материалами. Правда, стоимость таких услуг немаленькая.

Технология общения с потенциальными клиентами

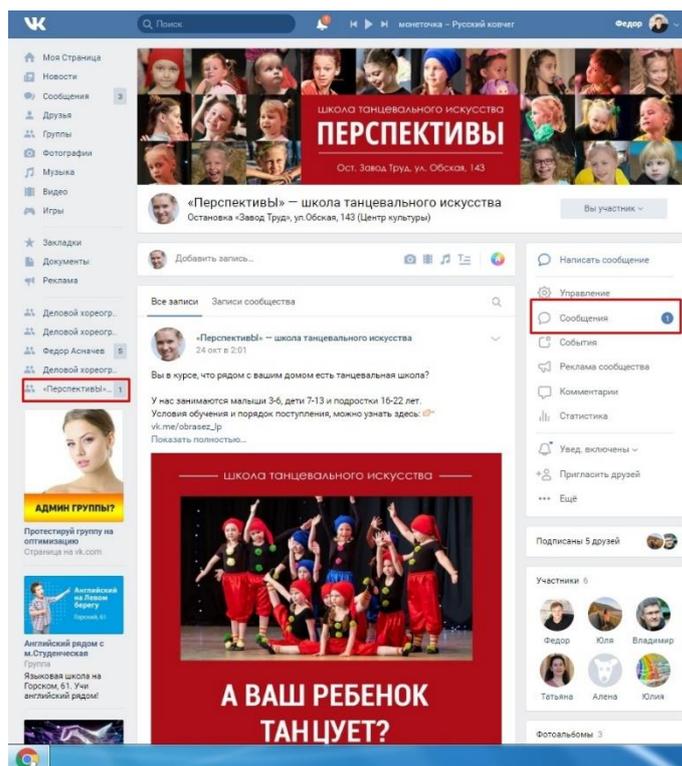
После того, как мы распространили рекламу, нам нужно «обработать» каждого потенциального клиента, который среагировал на нее. Это делается по «скрипту».

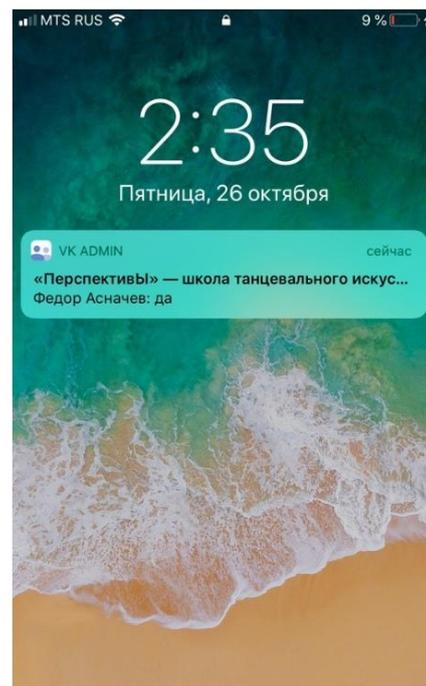
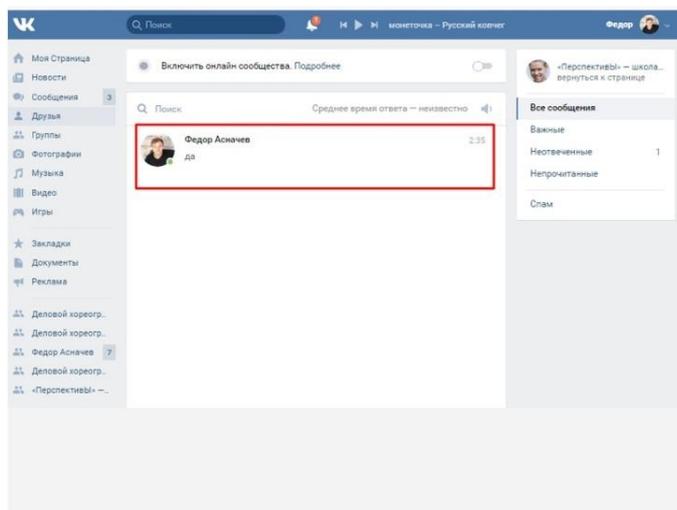
Каждый посетитель лендинга, который заинтересовался вашими услугами («отметился» в нем) — это большая ценность. И с каждым из них нужно общаться так, чтобы он сначала стал вашим другом, затем — действующим постоянным клиентом, а затем — агентом (сарафанное радио работает безотказно до сих пор).

Социальные сети — удобный и недорогой в использовании инструмент, который позволяет выстроить коммуникацию с вашими клиентами. Конкретно ВКонтакте, пожалуй, самый удобный — так как имеет множество сервисов, автоматизирующих работу в этой социальной сети.

Как мы «связываемся» с потенциальными клиентами?

1. Они сами пишут через сообщения группы (проходят по ссылке на автосообщение в рекламе и пишут «да» на ваш вопрос).





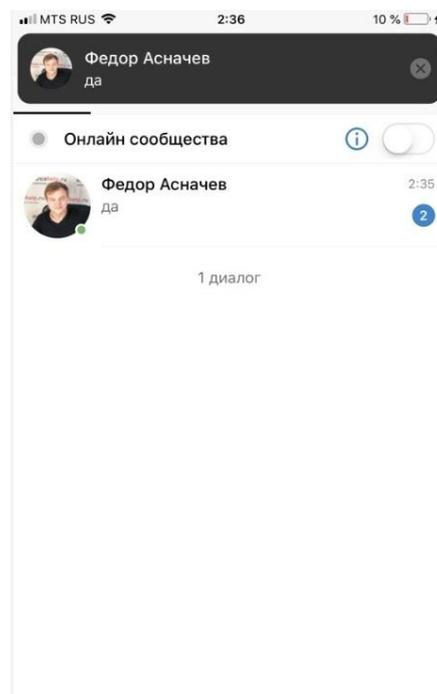
Уведомления о новых сообщениях в группе приходят в левое меню (если вы работаете через компьютер и настроили его в управлении сообществом) или в мобильном приложении «VK ADMIN»:

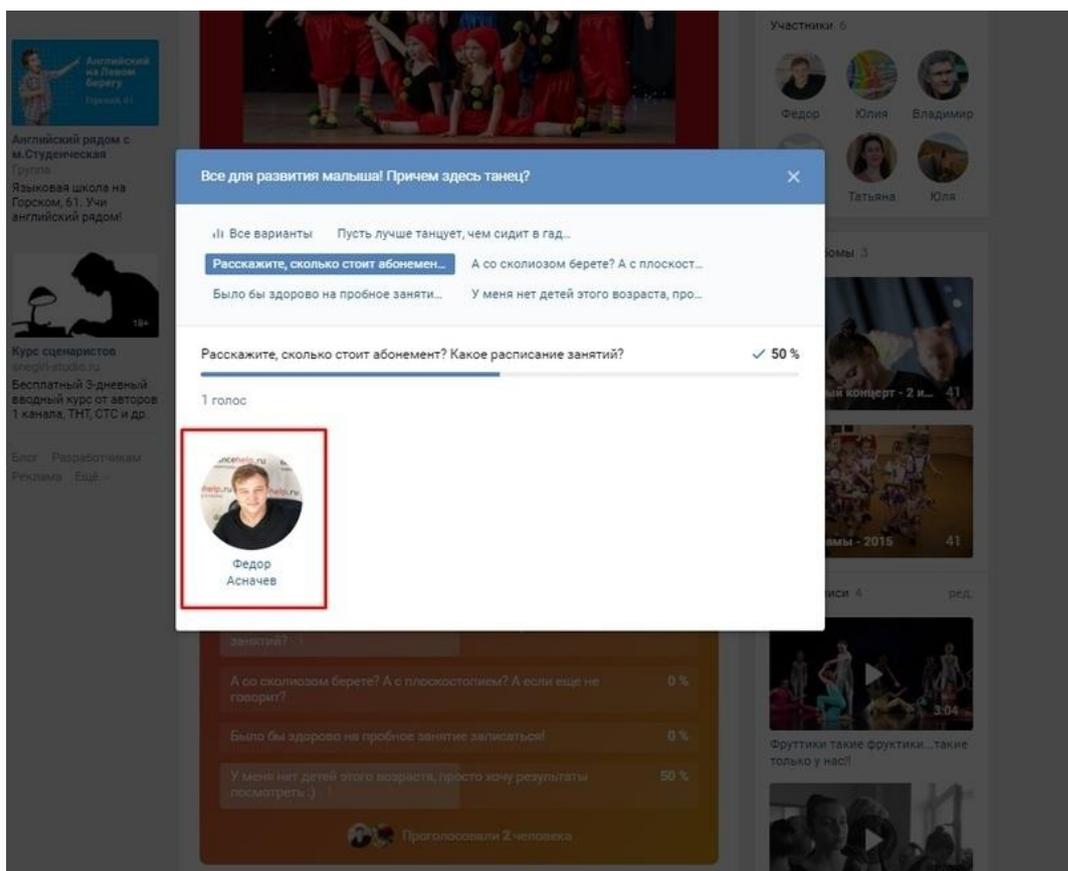


2. Они участвуют в опросах, а мы добавляем их в друзья и пишем в личные сообщения.

Для этого правильно оформите свой аккаунт, с которого будете добавляться: аватар и публикации на вашей стене должны четко ассоциировать вас с вашей танцевальной школой. Один из простейших способов — сделать репосты всех постов из лендинга (начиная с нижнего), а аватаром сделать фото из зала, в котором вы ведёте занятия.

Чтобы «выйти» на всех поучаствовавших в голосовании, нужно нажать на опрос, выбрать нужный вариант ответа и открыть аккаунты проголосовавших в отдельных вкладках браузера.





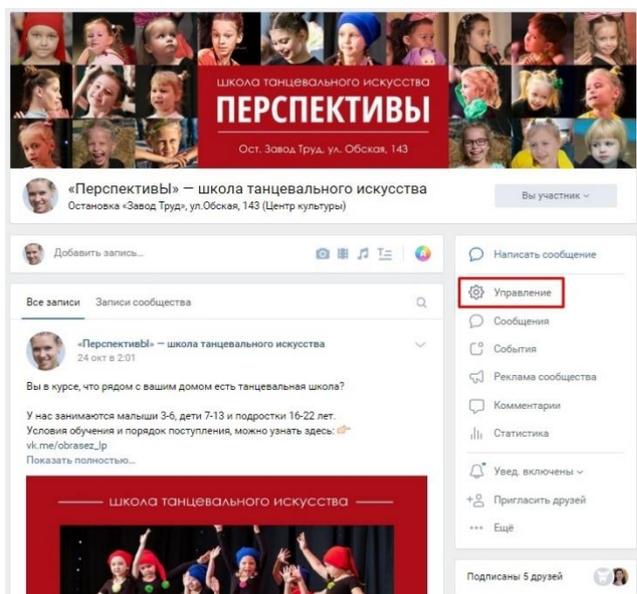
А затем написать каждому приветственное сообщение. Я предпочитаю писать их таким образом:

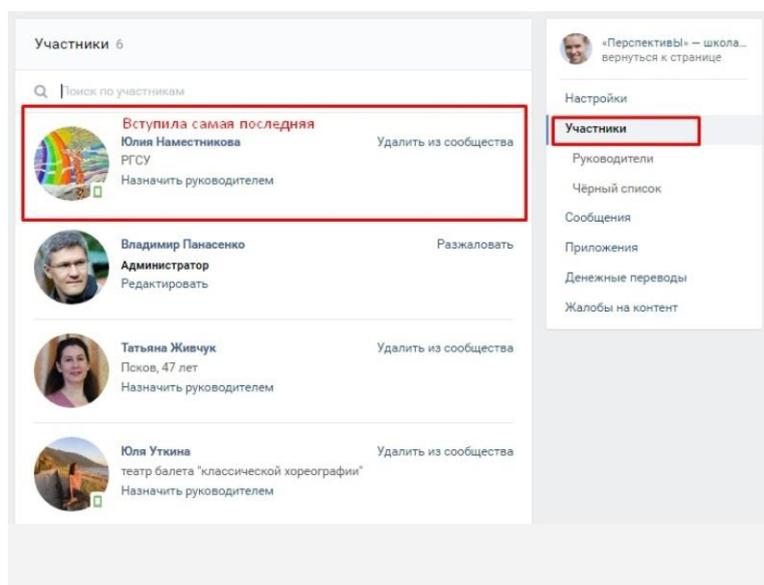
— «Имя, здравствуйте! Причина, почему написал. Вопрос, который фильтрует целевую аудиторию от нецелевой (?)» + скриншот опроса, чтобы было понятно, о чём именно идет речь.

— Например: «Федор, здравствуйте! Вы у нас в опросе под постом о наборе в танцевальную школу поучаствовали. Я руковожу этой школой, захотелось лично познакомиться. Вы про занятия для своего ребенка узнать хотели, правильно?»

3. Они вступают в группу, а мы пишем и им тоже.

Чтобы добраться до списка вступивших, нужно зайти в управление сообщества и там найти всех участников. Самые верхние аккаунты — это те, кто вступил самым последним.





Каждому вступившему (если его нет в опросах), нужно также писать лично. Сообщение формой полностью совпадает с «выходами» по опросам, меняется только причина, по которой вы пишете человеку.

— *Например:* «Федор, здравствуйте! Вы ко мне в группу танцевальной школы вступили. Я руковожу этой школой,

захотелось лично познакомиться. Вы про занятия для своего ребенка узнать хотели, правильно?»

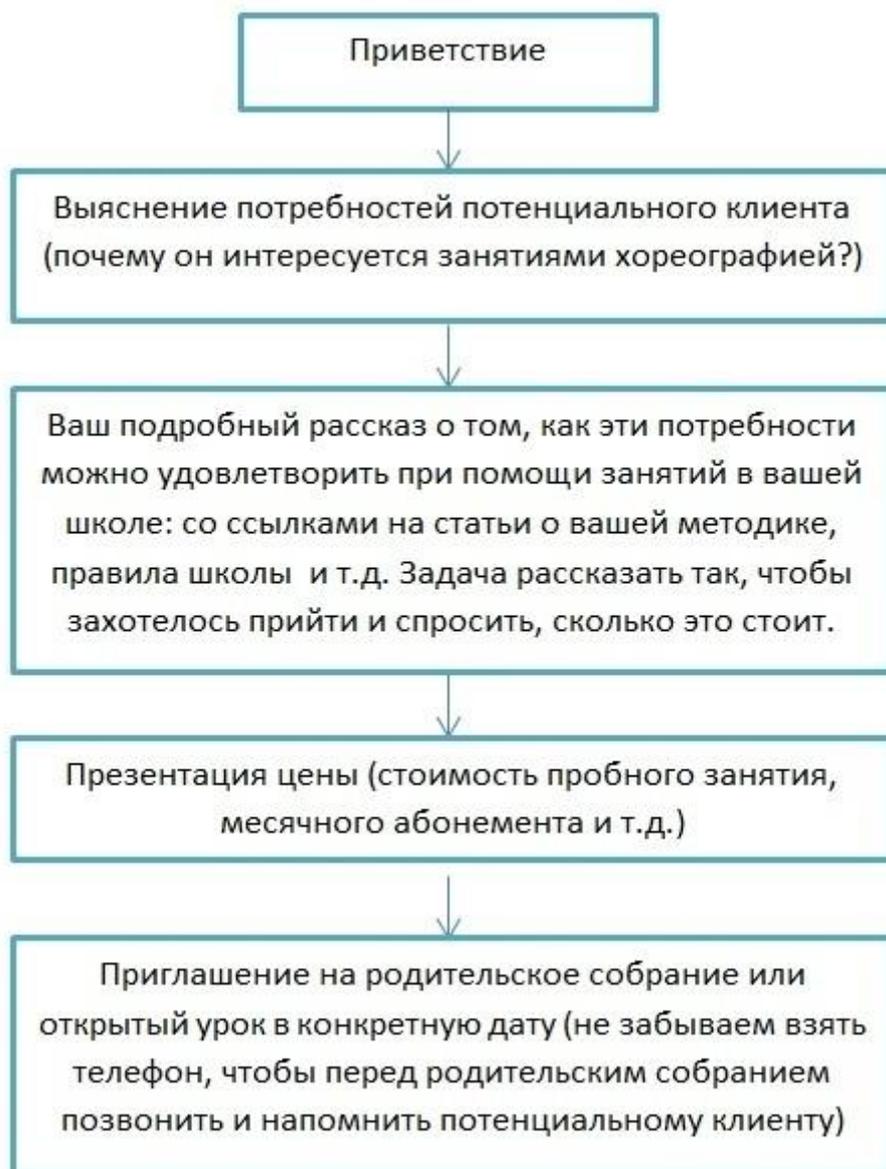
Также поводами «выйти» на человека являются его лайки в вашем сообществе и комментарии. Главное, чтобы вы могли обосновать причину, по которой решили с ним познакомиться :)

О чём и как переписываемся с потенциальным клиентом?

Конечная цель первой коммуникации, независимо от формата (телефонный разговор это или переписка) — сделать так, чтобы потенциальный клиент пришёл на родительское собрание или пробное занятие (зависит от того, как у вас устроен регламент набора учеников).

Но прежде чем приглашать в зал или на собрание, познакомьтесь с потребностями родителя и его ребенка, поймите, как эти потребности можно закрыть занятиями хореографией в вашей школе. Абсолютно искренне расскажите ему о возможности решить эти проблемы, покажите правила школы, свои лонгриды о подходах к работе...

Схематично алгоритм переписки выглядит так:



Поясню, почему о цене говорим только после понимания, какую именно проблему закрываем у потенциального клиента и презентации продукта (рассказа о методике, о том, как проблема клиента будет решаться).

Если цену назвать в самом начале разговора, то получится примерно так:

Человек прочитает и замолчит навсегда, потому что не поймет, за что именно запрашивается сумма.

В показанном выше примере совершена еще одна «смертельная» ошибка



Что делать, если вам звонят, а не пишут?

Телефон — сильный инструмент, но эмоционально более сложный в использовании. К тому же он дороже в плане времени, так как переписываться параллельно можно с несколькими людьми, а звонки приходится делать по одному.

Когда клиент звонит по телефону, вы можете с ним познакомиться устно, поговорить о его заботах и интересах, после выяснить, как найти его в соц.сетях, и уже там отправить более детальную информацию о занятиях. В конечном итоге все сведется к тому же алгоритму, по которому мы работаем с остальными потенциальными клиентами.

Иногда в переписке возникают ситуации, когда позвонить более разумно. Например, когда из-за недопонимания друг друга может назреть конфликт.

ЧУДО и АНО, а также уголок потребителя, СанПиН и гранты

Сегодня мы подготовили для вас информацию по менее распространенным «формам существования» школы танца. Но они тоже имеют место быть)

Предлагаем вам ознакомиться с ними, а также узнать о дополнительных требованиях к танцевальным школам и возможности получения финансовой поддержки от государства.

ЧУ ДО и АНО

Обе эти формы деятельности относятся к **некоммерческим организациям (НКО)** и предполагают возможность оказания платных образовательных и консультационных услуг, а также продажу учебной литературы, цифровых и иных обучающих материалов и даже сдачу в аренду помещений, если такая деятельность не противоречит целям, заявленным при регистрации НКО.

Некоммерческие организации **не имеют** в качестве **основной цели извлечение прибыли**. При этом учредители АНО или ЧУ ДО могут извлекать выгоду, пользуясь услугами собственной организации или получая зарплату при соответствующем оформлении трудовых отношений.

Миф: некоммерческие организации не могут заниматься предпринимательской деятельностью

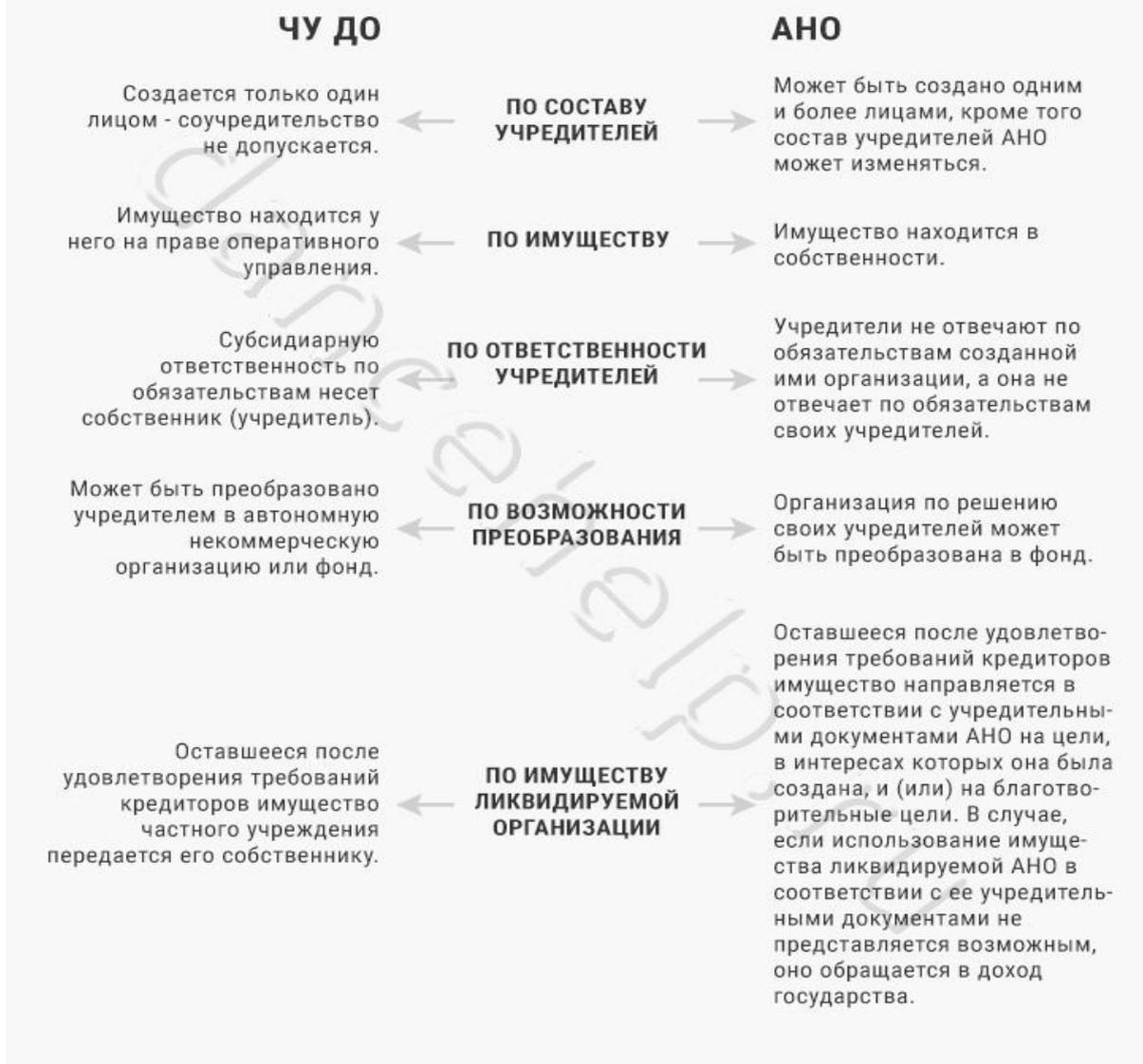
Этот миф порождён изначальной путаницей в терминах. Согласно Гражданскому кодексу, предпринимательская деятельность — это самостоятельное, рисковое и систематическое извлечение прибыли. Напомним, **прибыль** — это когда доходы превышают расходы.

Очевидно, если расходы организации — что коммерческой, что некоммерческой — будут превышать её доходы, она просто обанкротится. Поэтому некоммерческие организации не просто могут, но и должны заниматься предпринимательской деятельностью, чтобы остаться на плаву — или существовать на членские взносы и пожертвования, на что мало кто способен.

Действительно важное различие по видам деятельности между коммерческими и некоммерческими организациями: **в отличие от коммерческих организаций, которые вправе заниматься, чем хотят, некоммерческие ограничены целями, прописанными в уставе.**

На практике — учредители НКО прописывают в уставе «вправе заниматься любой деятельностью, приносящей доход» и таким образом решают проблему целевой правоспособности.

ОСНОВНЫЕ РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ АНО И ЧУ ДО



Налогообложение НКО

Деятельность организаций некоммерческого типа находится в **специальном правовом поле**. И многие аспекты налогообложения вы сможете **узнать только у специалиста**, непосредственно определяясь с формой организации, ее основной и дополнительными видами деятельности, созданием Устава организации и проч.

Особенности налогообложения обуславливаются статусом деятельности организации. Так по ст.246 НК РФ все НКО считаются плательщиками налога на прибыль.

Причем по ст.251 НК РФ средства, поступившие в организацию безвозмездно на содержание и ведение деятельности, не учитываются в составе доходов при исчислении налоговой базы для расчета суммы налога на прибыль.

Если объединение получает **целевое финансирование** в виде различных грантов, то действует **особый порядок при налогообложении** налогом на прибыль.

НКО вправе применять следующие режимы налогообложения:

- ОСН

- виды УСН:

А) «Доходы» — 6% с любых поступлений, которые признаются доходом в соответствии с НК РФ;

Б) «Доходы минус расходы» — 15% от разности между доходами и расходами или 1% — минимальный налог при отсутствии такой разницы (расходы полностью равны доходам либо превышают их).

Особенность применения УСН выражается в том, что при определении предельного объема доходов, ограничивающих применение упрощенного режима (до 60 млн. рублей) доход от целевого финансирования не учитывается.

ЧУ ДО – частное учреждение дополнительного образования

Государственно-частное партнерство - это вариант, который появился сравнительно недавно, и формально вполне себе позволяет сотрудничать государственному, муниципальному учреждению и частной организации.

Справка о том, что это такое:

Справка о ГЧП

Справка о государственно-частном партнерстве в сфере культуры

Государственно-частное партнерство в сфере культуры представляет собой сотрудничество на взаимовыгодных условиях государственного учреждения и представителей бизнес-организаций. Нехватка бюджетных средств для выполнения государственного задания становится причиной поиска альтернативных источников финансирования. В свою очередь, бизнес ориентирован на инвестирование перспективных объектов, какими выступают культурные инициативы. Взаимодействие с частным бизнесом позволяет учреждению культуры повысить эффективность выполняемой работы, скомпенсировать затраты на реализацию проектов, разделить с партнерами риски и обязательства¹.

Использование механизмов **частно-государственного партнерства (ГЧП)** в настоящее время получает широкое распространение в Российской Федерации. ГЧП включает в себя ряд форм сотрудничества, позволяющих государству и частному сектору извлекать взаимную выгоду².

Государственно-частное партнерство в культуре имеет свои строго определенные принципы³:

- партнеры ГЧП в обязательном порядке закрепляют свое сотрудничество подписанием договора или соглашения;
- стороны сотрудничают на принципе равноправности, соблюдая при этом взаимные интересы;
- работая над реализацией общественно значимого проекта в рамках ГЧП, стороны объединяют свои ресурсы;
- в соответствии с договоренностью, зафиксированной в официальных юридических документах, все риски, обязательства и затраты сторон, а также их участие их в полученных результатах распределяются между сторонами;
- продолжительность проекта в рамках ГЧП предусматривается договором, подписанным сторонами.

Обзор нормативной базы механизмов государственно-частного партнерства (ГЧП) в сфере культуры⁴

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 года (утверждены Председателем Правительства Российской Федерации Д. А. Медведевым 31.01.2013), Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 29.02.2016 № 326-р), определяют государственно-частное партнёрство и другие формы привлечения частного капитала в сферу культуры как одно из важнейших направлений работы.

Под государственно-частным взаимодействием в сфере культуры понимается взаимовыгодное сотрудничество органов государственной власти, органов местного самоуправления (публичный партнер), частных, некоммерческих организаций (частный партнер), которое обеспечивает эффективное выполнение задач публично-правовых образований в сфере культуры путем привлечения частных ресурсов для создания, реконструкции, управления, содержания объектов культуры, реставрации и приспособления к современному использованию объектов культурного наследия, предоставления услуг в сфере культуры.

Министерство экономического развития РФ под государственно-частным партнёрством понимает прежде всего концессионные соглашения и соглашения о государственно-частном партнёрстве (в соответствии с Федеральным законом от 13.07.2015 № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», далее — 224-ФЗ) Определение же государственно-частного партнёрства в соответствии со статьёй 3 224-ФЗ: «государственно-частное

партнерство, муниципально-частное партнерство — юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публичного партнера, с одной стороны, и частного партнера, с другой стороны, которое осуществляется на основании соглашения о государственно-частном партнерстве, соглашения о муниципально-частном партнерстве, заключенных в соответствии с настоящим Федеральным законом в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения органами государственной власти и органами местного самоуправления доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества», само по себе может охватывать гораздо более широкий круг форм государственно-частного взаимодействия. Экспертное сообщество также, например, при рассмотрении рейтинга регионов по ГЧП, учитывает и другие формы сотрудничества публичного и частного партнёров.

2. ЦЕЛЬ, ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Основные цели и задачи в сфере культуры, на которые должно быть направлено использование механизмов государственно-частного взаимодействия, определены Основами государственной культурной политики (Утверждены Указом Президента Российской Федерации от 24.12.2014 № 808), Стратегией государственной культурной политики на период до 2030 года (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 29.02.2016 № 326-р).

В качестве основных принципов государственно-частного взаимодействия в сфере культуры необходимо указать:

- законность;
- социальный эффект и экономическая эффективность;

- обоснованность управленческих решений, принимаемых органами государственной власти и органами местного самоуправления;
- объединение ресурсов для достижение конкретного результата, при распределении ответственности и рисков между публичным и частным партнерами;
- взаимовыгодность;
- обеспечение со стороны публичного партнера контроля за ходом реализации и результатом проектов государственно-частного взаимодействия и мониторинга над;
- «прозрачность» и доступность для общества информации по проектам государственно-частного взаимодействия;
- сохранение профиля и доступности объектов культуры.

3. СОГЛАШЕНИЕ О ГОСУДАРСТВЕННО- ЧАСТНОМ ПАРТНЁРСТВЕ.

Важным этапом в развитии механизмов государственно-частного партнерства является принятие Федерального закона от 13.07.2015 № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Государственно-частное партнерство, муниципально-частное партнерство — юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публичного партнера, с одной стороны, и частного партнера, с другой стороны, которое осуществляется на основании соглашения о ГЧП, заключенного в соответствии с 224-ФЗ в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения органами государственной власти и органами местного самоуправления доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества.

Соглашение о ГЧП, как и концессионное соглашение, может быть заключено по инициативе частной стороны.

Некоммерческие организации, оказывающие услуги в образовательной сфере, подпадают по условия, определённые Федеральным Законом от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в РФ». Соответственно, структура частного образовательного учреждения должна полностью соответствовать требованиям, предъявляемым ФЗ.

Проблема этого варианта в том, что муниципальные учреждения **ОЧЕНЬ** консервативны и не интересуются нововведениями. Формально, по закону — сотрудничать можно. По факту — руководство может упереться и отказаться это дело оформлять. Но если у вас получится — то это идеальный, законный вариант сотрудничества.

В этом случае, вам как раз понадобится оформить дополнительно к своему ИП такую форму как **ЧУДО** — Частное Учреждение Дополнительного Образования.

Именно здесь и применима схема 50/50+ИП. Так как по законодательству ЧУДО не имеет своей целью получение прибыли, то 50% от дохода вы отдаете учреждению, свои 50% - можете тратить на заработную плату и вложения в коллектив + будете получать прибыль как ИП.

Справка о ЧУДО как форме юр.лица:

Справка о ЧУДО как форме юрлица

Частное учреждение дополнительного образования (ЧУДО)

Частное учреждение является одной из форм некоммерческих организаций. Частное учреждение создается собственником для осуществления образовательных, научных, медицинских, оздоровительных, лечебных, спортивных, управленческих, социальных и культурных целей. Частное учреждение также может быть создано для удовлетворения духовных и нематериальных потребностей граждан, осуществления прочих некоммерческих функций, ограниченных действующим законодательством РФ. Собственником учреждения вправе выступать физическое лицо (гражданин), юридическое лицо (организация), Российская Федерация (государство), субъект Российской Федерации (область, край, республика), муниципальное образование (управа, префектура, администрация).

Важным отличительным признаком частного учреждения от других форм некоммерческих организаций является наличие субсидиарной ответственности собственника имущества частного учреждения.

Частное учреждение является наиболее распространенной формой учреждений, поскольку может быть учреждено частными лицами и организациями.

1. Частным учреждением признается некоммерческая организация, созданная собственником (гражданином или юридическим лицом) для

осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера.

2. Частное учреждение полностью или частично финансируется собственником его имущества.

3. Частное учреждение отвечает по своим обязательствам находящимися в его распоряжении денежными средствами. При недостаточности указанных денежных средств субсидиарную ответственность по обязательствам частного учреждения несет собственник его имущества.

4. Частное учреждение может быть преобразовано учредителем в автономную некоммерческую организацию или фонд.

Образец договора безвозмездного пользования помещением:

ДОГОВОР

БЕЗВОЗМЕЗДНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ ПОМЕЩЕНИЕМ

г. _____ «___» _____ 20__ года

Гражданин РФ _____, паспорт серии _____ № _____,

выдан _____, «___» _____ 20__ года,

код подразделения _____, зарегистрированный по адресу:
_____, именуемый в дальнейшем
«Ссудодатель», с одной стороны, и

Гражданин РФ _____, паспорт серии _____ № _____,

выдан _____, «___» _____ 20__ года,

код подразделения _____, зарегистрированный по адресу:
_____, именуемый в дальнейшем
«Ссудополучатель», с другой стороны, совместно именуемые «Стороны»,
заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. По настоящему договору Ссудодатель обязуется предоставить Ссудополучателю в безвозмездное пользование, для проживания, принадлежащее Ссудодателю на праве собственности жилое помещение - квартиру, общей площадью _____, (кадастровый номер _____) расположенную по адресу: _____ (далее по тексту – Жилое помещение). Ссудополучатель обязуется принять указанное жилое помещение, а в случае прекращения действия настоящего договора - вернуть жилое помещение в том состоянии, в котором оно было получено, с учетом нормального износа.

1.2. Право собственности на жилое помещение, указанное в п. 1.1 настоящего договора, принадлежит Ссудодателю на основании _____, о чем в _____ «__» _____ года сделана запись регистрации № _____ и _____ выдано Свидетельство о государственной регистрации права № _____ от «__» _____ года.

1.3. Если в период срока действия настоящего договора Ссудополучателем с согласия Ссудодателя были произведены улучшения переданной вещи то, по определению сторон договора, будет действовать следующий порядок:

- **отделимые улучшения являются собственностью Ссудополучателя;**
- **если Ссудополучателем за счет собственных средств произведены улучшения вещи, неотделимые без вреда для нее, он не вправе претендовать на реальное возмещение Ссудодателем.**

1.4. Ссудодатель гарантирует, что передаваемое Помещение под арестом и запретом не состоит, не передано в пользование по каким-либо основаниям третьим лицам.

2. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1. Ссудодатель обязан:

· **в трехдневный срок после подписания настоящего договора предоставить указанное в п. 1.1 настоящего договора жилое помещение в освобожденном виде Ссудополучателю по акту приема-передачи, являющемуся неотъемлемой частью настоящего Договора, и передать ему ключи от дверных замков;**

· **обеспечить в тот же срок свободный доступ Ссудополучателя в жилое помещение;**

- в присутствии Ссудополучателя проверить исправность передаваемого имущества, ознакомить Ссудополучателя с правилами эксплуатации данного имущества, предупредить

Ссудополучателя обо всех недостатках, имеющихся у передаваемого в пользование жилого помещения;

- оказывать в период действия договора Ссудополучателю консультационную, информационную, техническую и иную помощь в целях наиболее эффективного и грамотного использования им имущества, переданного по настоящему Договору.

2.2. Наниматели обязуются:

- использовать жилое помещение строго по назначению (для проживания);
- содержать жилое помещение в технически исправном и надлежащем санитарном состоянии;
- нести все расходы по содержанию жилого помещения, в том числе за свой счет оплачивать коммунальные услуги (электроснабжение, отопление, газоснабжение, водоснабжение и канализация, вывоз мусора и т.п.) и своевременно вносить вышеназванные платежи;
- не передавать жилое помещение в пользование третьим лицам без предварительного согласия Ссудодателя;
- своевременно и за свой счет производить текущий ремонт жилого помещения;
- при использовании жилого помещения не нарушать права и интересы соседей и других лиц;
- производить все неотделимые изменения жилого помещения только с предварительного письменного согласия Ссудодателя;
- возвратить полученное жилое помещение в течение 14 (четырнадцати) дней после истечения срока действия настоящего договора или прекращения действия его по иным основаниям в состоянии, которое определяют стороны договора;

- выполнять другие обязанности, вытекающие из права пользования жилым помещением.

3. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

3.1. Сторона договора, имущественные интересы которой были нарушены в результате неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по договору другой стороной, вправе требовать полного возмещения причиненных ей этой стороной убытков, под которыми понимаются расходы, которые сторона, чье право нарушено, произвела или должна будет произвести для восстановления своих прав и интересов; утрата, порча или повреждение имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые эта сторона получила бы при обычных условиях делового оборота, если бы ее права и интересы не были нарушены (упущенная выгода).

3.2. Любая из сторон настоящего Договора, не исполнившая обязательства по договору или исполнившая их ненадлежащим образом, несет ответственность за упомянутое при наличии вины (умысла или неосторожности). Отсутствие вины за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору доказывается стороной, нарушившей обязательства.

3.3. Сторона, не исполнившая или ненадлежащим образом исполнившая свои обязательства по договору при выполнении его условий, несет ответственность, если не докажет, что надлежащее исполнение обязательств оказалось невозможным вследствие обстоятельств непреодолимой силы (форс-мажор), т.е. чрезвычайных и непредотвратимых обстоятельств при конкретных условиях конкретного периода времени.

К обстоятельствам непреодолимой силы стороны настоящего договора отнесли такие явления как:

- землетрясение, наводнение, удар молнии, извержение вулкана, сель, оползень, цунами и т.п.;
- температуру, силу ветра и уровень осадков в месте исполнения обязательств по договору, исключаящих для человека нормальную жизнедеятельность;
- мораторий органов власти и управления;
- забастовки, организованные в установленном законом порядке;

· и другие обстоятельства, которые могут быть определены сторонами договора как непреодолимая сила для надлежащего исполнения обязательств.

3.4. Ссудодатель несет ответственность за недостатки имущества, которые он умышленно или по грубой неосторожности не оговорил при заключении настоящего договора и о которых им не был поставлен в известность Ссудополучатель.

3.5. Ссудодатель отвечает за вред, причиненный третьему лицу от использования переданного имущества, если не докажет, что вред причинен по вине Ссудополучателя.

3.6. Ссудополучатель несет риск случайной гибели или повреждения жилого помещения, если:

· гибель или повреждение произошли в результате использования жилого помещения не в соответствии с договором или назначением;

· гибель или повреждение произошли в результате передачи имущества третьему лицу без согласия Ссудодателя.

4. РАСТОРЖЕНИЕ ДОГОВОРА

4.1. Ссудодатель вправе в любое время отказаться от Договора, письменно предупредив об этом Ссудополучателя за 1 (один) месяц до отказа. В случае отказа Ссудодателя от дальнейшего исполнения настоящего договора Ссудополучатель подлежит выселению из жилого помещения в срок, установленный договором, а жилое помещение подлежит возврату Ссудодателю на основании акта приема-передачи, подписанного обеими сторонами.

4.2. Ссудополучатель вправе в любое время отказаться от Договора, письменно предупредив об этом Ссудодателя за 1 (один) месяц и вернув жилое помещение Ссудодателю по акту приема-передачи.

4.3. Договор подлежит досрочному расторжению по требованию Ссудодателя, а Ссудополучатель - выселению, если Ссудополучатель:

· использует жилье не по назначению, установленному п. 1.1. настоящего Договора;

- умышленно портит или по неосторожности разрушает жилое помещение, иным способом существенно ухудшает его состояние, а также систематически нарушает права и интересы соседей и иных лиц;

- систематически нарушает обязательства по договору;

- не выполняет обязанностей по поддержанию жилого помещения в исправном состоянии или его содержанию;

- без согласия Ссудодателя передает жилое помещение в пользование третьему лицу.

4.4. Ссудополучатель вправе требовать досрочного расторжения настоящего договора, если:

- обнаружит недостатки, которые делают нормальное использование жилого помещения невозможным или обременительным, о наличии которых не было известно в момент заключения договора;

- из-за обстоятельств, за которые Ссудополучатель не отвечает, жилое помещение окажется в непригодном для использования состоянии;

- при заключении договора Ссудодатель не предупредил Ссудополучателя о правах третьих лиц на передаваемое жилое помещение;

- Ссудодатель не передал жилое помещение Ссудополучателю, либо чинит препятствия в пользовании жилым помещением.

5. ПОРЯДОК РАЗРЕШЕНИЯ СПОРОВ, ИЗМЕНЕНИЯ И/ИЛИ ДОПОЛНЕНИЯ ДОГОВОРА

5.1. Споры, которые могут возникнуть при исполнении условий настоящего Договора, стороны будут стремиться разрешать дружеским путем в порядке досудебного разбирательства: путем переговоров, обмена письмами, уточнением условий договора, составлением необходимых протоколов, дополнений и изменений и т.п.

5.2. При недостижении взаимоприемлемого решения стороны вправе передать спорный вопрос на разрешение в судебном порядке в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

5.3. Настоящий договор может быть изменен и/или дополнен сторонами в период его действия на основе их взаимного согласия и наличия объективных причин, вызвавших такие действия сторон.

5.4. Любые соглашения сторон по изменению и/или дополнению условий настоящего договора имеют силу в том случае, если они оформлены в письменном виде и подписаны обеими сторонами договора.

6. ПРОЧИЕ УСЛОВИЯ

6.1. Настоящий Договор составлен на русском языке в двух идентичных экземплярах, по одному для каждой из сторон, имеющих равную юридическую силу.

6.2. Настоящий Договор вступает в силу со дня его подписания обеими сторонами, с которого и становится обязательным для сторон, заключивших его. Условия настоящего договора применяются к отношениям сторон, возникшим только после заключения настоящего Договора.

7. ПОДПИСИ СТОРОН

ССУДОДАТЕЛЬ:

ССУДОПОЛУЧАТЕЛЬ

Регистрация ЧУДО

Министерство Юстиции РФ выполняет функцию регистрирующего органа, и чтобы зарегистрировать частное учреждение по всем правилам, необходимо собрать пакет документов.

ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ РЕГИСТРАЦИИ ЧАСТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

- Устав, соответствующий ФЗ «О некоммерческих организациях» и ФЗ «Об образовании» (3 экземпляра).
- Решение о создании частного учреждения (2 экземпляра).
- Заявление (форма РН0001, 2 экземпляра).
- Квитанция об уплате госпошлины (4 тыс. руб.).
- Гарантийное письмо и документы, подтверждающие право собственности на владение юридическим адресом.

Прочие документы

После ознакомления с пакетом документов, уполномоченные на решение таких вопросов сотрудники Минюста выносят свой вердикт: отказать или одобрить государственную регистрацию. Если решение – положительное, то все документы направляются в налоговую инспекцию с целью внесения соответствующей записи в ЕГРЮЛ (Единый государственный реестр юридических лиц). Попутно с этим некоммерческой организации присваивается основной государственный регистрационный номер (ОГРН), и после этого документы вновь направляются в Министерство Юстиции, где и происходит их выдача учредителю. Если учредитель не может явиться лично, то эту работу он может поручить доверенному лицу, действующему от его имени на законных основаниях.

АНО – Автономная некоммерческая организация

Автономная некоммерческая организация (АНО) является некоммерческой организацией (НКО), которая не предусматривает членства, созданной для предоставления обществу услуг некоммерческого характера. АНО создается для предоставления различных услуг на основе добровольных имущественных взносов.

Такая организация может быть создана как юридическими, так и физическими лицами. Доля каждого учредителя в общем капитале организации не должна превышать одну четверть. Каждый акционер **передает свою собственность автономной некоммерческой организации безвозвратно.**

Схема регистрации АНО аналогична ЧУ ДО: такой же пакет документов подаётся в Министерство юстиции. При этом предоставление документов на регистрацию АНО необходимо произвести в срок, **не позднее 3 календарных месяцев** с даты утверждения решения об открытии (создании) некоммерческой организации в организационно-правовой форме АНО.

Отметим,

что **все санитарно-гигиенические и пожарные требования**— относятся к тем организациям, которые **планируют вести образовательную деятельность и получать лицензию!** И именно к ним будут приходить проверки из контролирующих органов.

Что касается остальных организаций — вы можете опираться на данные документы в своей работе, но **чётких требований** к ведению деятельности нелицензируемых школ танца **государство не выработало.**

Уголок потребителя

Формирование стенда под названием «Уголок потребителя» регламентировано Законом РФ №2300-1 «О защите прав потребителей» (ст. 8- 10). При этом само понятие «Уголок потребителя» — в законе не указывается.

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

Оформление и размещение

Особых правил по оформлению уголка или его наименованию нет. Индивидуальный предприниматель может назвать стенд информационным, или стендом для покупателя, или уголком потребителя, не важно. Главное – выдержать **требования законодательства по содержанию уголка.** При этом надо помнить, что законодательство РФ – это постоянно дополняющийся и изменяющийся организм:)

Уголок потребителя должен быть размещен **в заметном и легкодоступном месте.** Покупатель товара или потребитель услуги должен иметь возможность беспрепятственно подойти к нему и ознакомиться с расположенными на нём документами.

ПЕРЕЧЕНЬ ДОКУМЕНТОВ В УГОЛКЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ В 2018-2019 ГОДУ ДЛЯ ИП И ООО

1. Свидетельство о госрегистрации определенного вида экономической деятельности (заверенная копия).
2. Лицензия – зависит от выбранного вида деятельности (заверенная копия).
3. Контактные данные органов, выполняющих функцию контроля, и журнал проверок с отметками органов.
4. Закон РФ „О защите прав потребителей“. Причем данный Закон должен быть официальным печатным изданием, а не распечаткой, например, из файла или интернета.
5. Правила оказания услуг
6. Режим работы.
7. Книга отзывов и предложений.
8. План эвакуации и инструкция по пожарной безопасности.
9. Копия документа, свидетельствующего о нормальных санитарных и эпидемиологических условиях помещений, которые задействованы в процессе предоставления услуг.
10. Определенные законами льготы и условия для обслуживания некоторых категорий населения.
11. Контакты, телефоны и юридический адрес экстренных служб (МЧС и другие).
12. Адреса и номера телефонов местного отдела по защите прав потребителей.

Кто контролирует стенд «Уголок потребителя»

Наличие обязательных документов, размещенных на стенде «Уголок потребителя», контролирует Роспотребнадзор и Органы санитарного и пожарного надзора.

Ответственность за нарушение:

Предпринимателей, нарушивших правила, ожидает ответственность, согласно ст. 14.5 Административного кодекса РФ.

Отсутствие установленной информации об изготовителе, продавце либо другой информации, обязательность предоставления которой предусмотрена законодательством РФ, влечет за собой наложение административного штрафа, в следующих размерах:

- на граждан от 1500 до 2000 рублей;
- на должностных лиц от 3000 до 4000 рублей;
- на юридических лиц от 30000 до 40000 рублей.

А что будет, если?

Судебная система во многом опирается на прецеденты (уже известные случаи в судебной практике).

Есть сайт, на котором можно найти все известные прецеденты на любую тему, в том числе об авторском праве или если пострадали дети, за которых отвечал педагог:
<http://sudact.ru/>

Сохраните себе эту ссылку и покопайтесь на досуге:)

Документы, на которые вы можете опираться

Законы и СанПины полностью — это огромнейшие талмуды на много-много страниц. Поэтому мы из разных правовых документов взяли только выдержки, касающиеся вашей работы и собрали их в один небольшой документ.

Выдержки из законов

МРОТ с 1 января 2019г 11 280 Федеральный закон №82-ФЗ от 19.06.2000г (в ред. 25.12.2018)

**Общие статьи об утверждении санитарных правил и обязанностях ИП и юр лиц - указаны в Федеральном законе «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» № 52 –ФЗ от 30.03 .99:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22481/**

СанПиН

Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 4 июля 2014 г. N 41 г. Москва «Об утверждении СанПиН 2.4.4.3172-14 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы образовательных организаций дополнительного образования детей» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 20 августа 2014 г.)

Ссылка на полный документ: <http://docs.cntd.ru/document/420207400>

5.5. Требования к организации занятий хореографией.

5.5.1. Для занятий хореографией оборудуется зал для занятий ритмикой и танцами площадью из расчета 3 – 4 м² на одного учащегося, высотой не менее 4 м.

Балетную перекладину в зале следует устанавливать на высоте 0,9 – 1,1 м от пола и расстоянии 0,3 м от стены.

Одна из стен зала оборудуется зеркалами на высоту 2,1 м.

Полы в зале должны быть дощатые некрашенные, или покрытые специальным линолеумом.

Необходимо предусмотреть раздевалы и душевые для девочек и мальчиков # оборудуются раковинами для мытья рук с подводкой горячей и холодной воды;

При организации теоретических занятий выделяются помещения площадью из расчета не менее 2 м² на человека. Предусматривается костюмерная мастерская площадью не менее 18 м².

6.2. В помещениях организации дополнительного образования температура воздуха должна соответствовать следующим параметрам: - в учебных кабинетах для теоретических занятий, в помещениях для музыкальных занятий, для занятий художественным творчеством и естественно-научной

направленности, в актовом зале, лекционной аудитории - 20-22°С; - в вестибюле, гардеробе - 18-22°С; - в помещениях для занятий хореографией, спортом, техническим творчеством - 17-20°С; - в медицинских кабинетах, раздевалках при спортивных залах и залах хореографии - 20-22°С; - в душевых - 24-26°С. Для контроля температурного режима помещения для занятий оснащаются бытовыми термометрами.

Требования к режиму деятельности детей

При зачислении в объединение каждый ребенок должен представить справку от врача о состоянии здоровья с заключением о возможности заниматься в группах дополнительного образования по избранному профилю.

Начало занятий в учреждениях дополнительного образования должно быть не ранее 8.00 ч, а их окончание – не позднее 20.00 ч.

Требования к санитарному состоянию и содержанию территории и помещений

Медицинское обеспечение

Работники учреждений дополнительного образования детей должны проходить обязательные медицинские осмотры при поступлении на работу и периодические медосмотры в установленном порядке.

Учреждение дополнительного образования детей должно быть укомплектовано медицинскими аптечками для оказания доврачебной помощи.

Рекомендуемый режим занятий детей в объединениях различного профиля

Хореография от 10 до 25 чел., 2-4 занятия в неделю:

- 2 по 30 мин. – до 8 лет,

- 2 по 45миню – для остальных обучающихся.

Требования к рекламе (ст.5) ФЗ «О рекламе»
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

1. Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

2. Недобросовестной признается реклама, которая: 1) содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;

3) представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара;

4) является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством. 3. Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения:

1) о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

4) о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара;

7) об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара;

8) о правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций;

9) об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;

10) о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами;

12) о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара;

13) о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар;

4. Реклама не должна:

1) побуждать к совершению противоправных действий;

2) призывать к насилию и жестокости;

3) иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;

4) формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;

5) содержать информацию порнографического характера. (п. 5 введен Федеральным законом от 21.07.2011 N 252-ФЗ)

5. В рекламе не допускаются:

1) использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации;

2) указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами;

3) демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции; (в ред. Федерального закона от 18.07.2011 N 218-ФЗ)

(см. текст в предыдущей редакции)

4) использование образов медицинских и фармацевтических работников, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг, средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, в рекламе, распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, в рекламе, размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников;

6. В рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия. 7. Не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

7.1. В рекламе товаров и иных объектов рекламирования стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, а в случае необходимости дополнительно могут быть указаны в иностранной валюте. (часть 7.1 введена Федеральным законом от 12.04.2007 N 48-ФЗ)

9. Не допускаются использование в радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции или в другой продукции и распространение скрытой рекламы, то есть рекламы, которая оказывает не осознаваемое потребителями рекламы воздействие на их сознание, в том числе такое воздействие путем использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) и иными способами.

10. Не допускается размещение рекламы в учебниках, учебных пособиях, другой учебной литературе, предназначенных для обучения детей по основным образовательным программам начального общего, основного общего, среднего общего образования, школьных дневниках, школьных тетрадях. (в ред. Федеральных законов от 21.07.2011 N 252-ФЗ, от 02.07.2013 N 185-ФЗ)

10.1. Не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции. (часть 10.1 введена Федеральным законом от 21.07.2011 N 252-ФЗ)

10.2. Не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", в предназначенных для детей образовательных организациях, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организациях,

организациях культуры, организациях отдыха и оздоровления детей или на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий указанных организаций. (часть 10.2 введена Федеральным законом от 21.07.2011 N 252-ФЗ)

10.3. Не допускается размещение рекламы на платежных документах для внесения платы за жилое помещение и коммунальные услуги, в том числе на оборотной стороне таких документов. Положения настоящей части не распространяются на социальную рекламу и справочно-информационные сведения. (часть 10.3 введена Федеральным законом от 03.04.2018 N 61-ФЗ)

Внимание! Грант!

Ежегодно государство сообщает нам о различных программах поддержки предпринимательства. Как же получить желанную материальную помощь для открытия и развития своего дела? Начнём разбираться.

Сразу оговоримся, что **материальная помощь государства** — это не подаренный мешок денег, который можно тратить на своё усмотрение: за каждый рубль нужно будет отчитаться. И получить его, порой, не так-то просто.

Но, заручившись поддержкой государства однажды, впоследствии можно будет не раз обращаться за помощью в развитии своего дела: если вы получили грант, вовремя отчитались о потраченных средствах и подтвердили прибыльность вашего бизнеса, то процесс получения субсидий по другим социальным программам вашего региона (например, субсидирование части затрат, связанных с приобретением оборудования) может быть намного проще и быстрее.

ФЗ №209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ»:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/

Каждый регион РФ вправе самостоятельно утверждать требования, которым должен соответствовать претендент для получения денежных средств. В целом же, кандидату необходимо подать заявку и соблюдать условия конкретного конкурса.

1. Субсидия на открытие своего дела безработным

Для того, чтобы получить финансовую помощь на открытие бизнеса, необходимо встать **на учёт как безработный** в центре занятости.

ЦЕНТР ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ
ГОРОДА НОВОСИБИРСКА

Поиск
Версия для слабовидящих
Телефон автоинформатора: 349-94-47

Главная - Гражданам

Безработным

Безработным гражданам, желающим организовать СОБСТВЕННОЕ ДЕЛО



Служба занятости населения города Новосибирска оказывает содействие самозанятости безработных граждан в соответствии с Законом Российской Федерации «О занятости населения в Российской Федерации».

Если Вы безработный и у Вас есть идея,
ЧТОБЫ ОТКРЫТЬ СОБСТВЕННОЕ ДЕЛО,
но Вы не знаете с чего начать,
обращайтесь за помощью в Центр занятости населения г. Новосибирска.

Специалисты службы занятости проконсультируют Вас
в любом районном отделе занятости населения.

Объявление на сайте центра занятости г.Новосибирска

Вы можете **возместить затраты на оплату:**

- государственной пошлины за регистрацию предприятия;
- нотариальных действий;
- расходов на изготовление печатей и штампов;
- расходов на приобретение бланочной продукции.

Для получения единовременной финансовой помощи необходимо:

1. **Состоять на учёте** в центре занятости как безработный.
2. **Уведомить** инспектора **службы занятости** о предстоящей регистрации собственного дела.
3. Лично **обратиться** в Центр занятости населения **с пакетом документов.**

ПАКЕТ ДОКУМЕНТОВ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ПОМОЩИ ПРИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ РЕГИСТРАЦИИ

1. Заявление о предоставлении единовременной финансовой помощи при государственной регистрации в качестве юридического лица, индивидуального предпринимателя;
2. Документ удостоверяющий личность;
3. Свидетельство о государственной регистрации юридического лица, индивидуального предпринимателя, свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей (предоставляется по собственной инициативе заявителя).
4. Документы, подтверждающие расходы при государственной регистрации в качестве юридического лица, индивидуального предпринимателя;
5. Реквизиты лицевого счета, открытого безработным гражданином в кредитной организации для перечисления единовременной финансовой помощи при государственной регистрации в качестве юридического лица, индивидуального предпринимателя.

Полученная субсидия является полностью безвозмездной при соблюдении **2 условий:**

- субсидируемый бизнес должен просуществовать не менее 1 года
- целевое расходование средств должно произойти в течение 3 месяцев, о чём необходимо предоставить отчёт в центр занятости.

2. Грант на развитие своего дела

Федеральный портал малого и среднего предпринимательства в России:
<http://smb.gov.ru/>

Также, у каждого региона страны есть сайт фонда или портала поддержки и развития малого и среднего предпринимательства, на котором можно подробно ознакомиться с видами деятельности, размером грантов и другими особенностями оказания материальной помощи начинающим бизнесменам.

Например:

— Портал малого и среднего предпринимательства Владимирской области:
<http://pmp.avo.ru/>

— Гарантийный фонд малого предпринимательства Курганской области:
<http://garantfond45.ru/>

Принципы распределения грантов:

1. **Объект** предпринимательской деятельности должен быть действующим и относиться к сфере малого бизнеса.

2. На день подачи заявки на получение гранта **ИП должен быть открыт не менее 12 месяцев**. Таким образом, получить грант на открытие бизнеса в прямом смысле нельзя. Другое дело, что его бизнес может быть не настолько развитым, как он хотел бы.

3. Заявки на грант должны быть рассмотрены специальными конкурсными комиссиями, которые формируются **при региональных органах местного самоуправления**.

4. **Кредитная история** претендента должна быть **безупречной**.

5. Кандидат должен **регулярно** и добросовестно **платить налоги**.

6. **Порядок предоставления** грантов на развитие малого предпринимательства регулируется **двухсторонним договором**, который заключается между региональным фондом поддержки малого бизнеса и предпринимателем, который получает грант.

МИНИМАЛЬНЫЙ ПАКЕТ ДОКУМЕНТОВ ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ ИП НА ГРАНТ

1. Лист записи ЕГРИП
2. Ксерокопия учредительных документов
3. Копия паспорта РФ
4. Копии документов по финансово-хозяйственной деятельности (налоговые декларации или патент)
5. Заявка на участие в проекте по структуре:
 - оглавление
 - резюме
 - введение
 - изложение проблемы
 - цель и задача проекта
 - методы решения поставленных задач
 - оценка риска
 - сумма бюджетирования
 - приложения и дополнения.
6. Бизнес-план, соответствующий основному виду деятельности.

!! Условия, необходимые для одобрения заявки на грант:

— **Чёткий и подробной расписанный бизнес-план.** Чем больше статистики и расчётов — тем лучше. При этом необходимо обязательно указывать, для чего и в каких суммах планируется потратить грант (аренда помещения, приобретение станков, зеркал, костюмов и т.д.)

— **Новизна проекта.** Поэтому, чем больше новаторства вы вложите в свой бизнес-план — тем лучше.

— Предприниматель должен подтвердить **наличие собственных средств** на проект (обычно, около 15% собственных инвестиций).

— Гранты охотнее выдают тем ИП, **кто создаст дополнительные рабочие места**, т.е. примет сотрудников на работу.