

**Краснодарская краевая молодежная общественная  
социально-патриотическая организация «Регион 93»**

**МОЛОДЕЖНОЕ ИНКЛЮЗИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО КУБАНИ.  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ БУДУЩЕГО**

# **РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ**

*адаптированная рабочая тетрадь, с учетом особенностей восприятия информации  
для людей с ограниченными возможностями здоровья, по обучению основам  
предпринимательства для участников курса «Предприниматель будущего»*

**Краснодар  
2021**

УДК 371.2 (075.3) (470.620)  
ББК 74.200.585.8 (2 Рос - 4 Кра) я 72  
Д 21

Составитель:

**Дахно Н.И.**, переводчик русского жестового языка Краснодарского регионального отделения ООИ «Всероссийское общество глухих»

Эксперты-консультанты:

**Екатерина Мальта**, помощник директора по связям с общественностью, ПАО КБ «Центр Инвест»

**Александр Савельев**, заместитель руководителя Краснодарского регионального отделения ООИ «Всероссийское общество глухих»

**Виктория Хахалева**, педагог курса «Предприниматель будущего»

**Елизавета Именинник**, педагог курса «Предприниматель будущего»

Д 21 Молодежное инклюзивное пространство Кубани. Предприниматель будущего: рабочая тетрадь. Краснодар: ИП Калашникова Т.В., 2021. – С. 178.

*Данная рабочая тетрадь по обучению основам предпринимательства молодежи с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ), с учетом особенностей восприятия информации для людей с ОВЗ, по обучению основам предпринимательства предназначена для онлайн-курсов и работы на интенсиве. Рабочая тетрадь направлена на формирование у молодежи с ОВЗ актуальных теоретических знаний, практических навыков в области основ предпринимательства, определение их предпринимательских способностей поможет самостоятельно любому гражданину с ОВЗ освоить основы предпринимательства.*

Издание осуществлено в рамках проекта «Молодежное инклюзивное пространство Кубани. Предприниматель будущего», издана с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов.

УДК 371.2 (075.3) (470.620)  
ББК 74.200.585.8 (2 Рос - 4 Кра) я 72

# СОДЕРЖАНИЕ

О проекте .....	4
БЛОК 1	
Материалы занятий по онлайн-курсу «Предприниматель будущего».....	9
БЛОК 2	
Материалы для работы на интенсиве «Предприниматель будущего» .....	85
БЛОК 3	
Рекомендации по взаимодействию с молодежью с ограниченными возможностями здоровья.....	115
БЛОК 4	
Материалы по изучению русского жестового языка .....	132
БЛОК 5	
Глоссарий.....	148
БЛОК 6	
Интернет ресурсы.....	150
БЛОК 7	
Рекомендуемая литература .....	154
БЛОК 8	
Правила пребывания участника на молодежном инклюзивном интенсиве «Предприниматель будущего» .....	156
БЛОК 9	
Памятка для гостей г. Краснодара.....	160
БЛОК 10	
Информация о Краснодарской краевой молодежной общественной социально-патриотической организации «Регион 93».....	165

## О ПРОЕКТЕ

**Молодежное инклюзивное пространство Кубани. Предприниматель будущего** является логическим продолжением работы Краснодарской краевой молодежной общественной социально-патриотической организации «Регион 93» по созданию на Кубани молодежного инклюзивного пространства продолжающейся с 2018 года.

**Проект** представляет собой комплекс мероприятий информационного, образовательного и консультационного характера разработанный с целью создания системной работы в появлении новых предпринимателей, умеющих быстро адаптироваться к изменениям внешней среды и обучение таких предпринимателей из числа лиц с ОВЗ с помощью разработанного онлайн курса и итогового офлайн интенсива.

**Целевые группы:** молодые люди в возрасте от 14 до 35 лет с ограниченными возможностями здоровья (в том числе молодежь с нарушением слуха) проживающие на территории Краснодарского края.

**Цель:** Внедрить в практику курс «Предприниматель будущего» (с использованием разработанной адаптированной программы с учетом восприятия информации молодежи с ограниченными возможностями здоровья) по обучению основам предпринимательства молодых людей в возрасте от 14 до 35 лет с ограниченными возможностями здоровья, в том числе с нарушением слуха.

**Задача №1:**

Разработка адаптированной, с учетом особенностей восприятия информации для молодежи с ограниченными возможностями здоровья, программы по обучению основам предпринимательства

**Задача №2:**

Внедрение в практику курса «Предприниматель будущего» по обучению молодых людей с ограниченными возможностями здоровья основам предпринимательской деятельности

**Задача №3:**

Проведения двухдневного интенсива, как итогового мероприятия курса для 30 лучших участников с доработкой бизнес идей

**Задача №4:**

Помощь в оформлении статуса самозанятый или индивидуальный предприниматель

**Задача №5:**

Популяризация предпринимательства среди молодежи с ограниченными возможностями здоровья

**Ожидаемые результаты:**

В Краснодарском крае появится первая адаптированная программа по обучению основам предпринимательства молодежи с ОВЗ.

В Краснодарском крае появится первый курс (онлайн) по обучению основам предпринимательства молодых людей с ОВЗ, в том числе с нарушением слуха.

Создание молодежью с ОВЗ своих бизнес проектов и обновление состава субъектов МСП Краснодарского края в перспективе.

Прямое общение молодежи с ОВЗ с действующими предпринимателями, представителями власти в сфере поддержки предпринимательства.



Популяризация предпринимательства среди молодежи с ОВЗ и создание для общественности положительного примера образа предпринимателя без ограничения по здоровью.

Доступная в сети Интернет рабочая тетрадь поможет самостоятельно любому гражданину с ОВЗ освоить основы предпринимательства.

Формирование у молодежи с ОВЗ актуальных теоретических знаний, практических навыков в области основ предпринимательства, определение их предпринимательских способностей.

Социализация молодежи с ОВЗ.

### **Календарный план:**

12.04.2021 – 17.09.2021 – Создание положительного имиджевого контента

11.05.2021 – 30.07.2021 – Курс «Предприниматель будущего» (первый на Кубани онлайн курс «Предприниматель будущего» (72 часа для 80 человек) (май-июль 2021 года) – включает в себя как занятия онлайн на площадке zoom, так и записанный видеокурс для целевой аудитории. С использованием разработанной программы, с работой сурдопереводчика. Занятия проходили два раза в неделю в две группы.

14.08.2021 – 15.08.2021 – Двухдневный инклюзивный интенсив «Предприниматель будущего» (итоговое событие курса, с работой сурдопереводчика, для лучших 30 участников с доработкой бизнес идей и помощи в оформлении статуса самозанятый или индивидуальный предприниматель минимум 20 молодым людям из целевой группы)

14.08.2021 – 17.09.2021 – «Предприниматель будущего» (Помощь в оформлении статуса самозанятый или индивидуальный предприниматель)

### **Партнеры проекта:**

- Министерство образования, науки и молодежной политики Краснодарского края @molod.info;
- Благотворительный фонд Дмитрия Пирого «Доступный спорт»@dmitry\_pirog;
- Государственное казенное учреждение Краснодарского края «Молодежный центр развития личности»@mol\_centre;
- Государственное казенное учреждение Краснодарского края «Центр молодежных инициатив»@cmikuban;
- Краснодарское региональное отделение общероссийской общественной организации инвалидов «Всероссийское общество глухих»@vog23kuban;
- ПАО КБ «Центр-инвест»@centrinvest ;
- Центр финансовой грамотности ПАО КБ «Центр-инвест» @fingramota;
- Молодежное движение глухих Кубани@mdgk\_23;
- Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ»;
- Краснодарская краевая молодежная общественная организация «Кубанский союз молодежи»@kubsomol;
- Ассоциация развития гражданского общества Кубани;
- Краснодарское региональное отделение Всероссийской общественной организации

- «Молодая Гвардия Единой России»;
- Отель «HEMINGWAY» <https://hemingway-hotel.ru/>;
  - Детско-юношеское общественное движение «Союз казачьей молодёжи Кубани» @molodezhkubani;
  - Частное профессиональное образовательное учреждение «Колледж права, экономики и управления» @pro\_kreu;
  - Краснодарская краевая общественная организация инвалидов «Восхождение»;
  - Краснодарская региональная благотворительная общественная организация «Добрый Юг»@dobriyuug;
  - Автономная некоммерческая организация «Ресурсный центр поддержки гражданского общества Кубани» @nko\_kuban;
  - Центр военно-тактических игр «Мейз» @lazertag\_krasnodar;
  - МБУК «Пашковский городской Дом культуры», Молодежное объединение «Пашкульт» @rashkult\_;
  - Семейная стоматологическая клиника «Оникс-Дент»oniks-dent.ru;
  - Школа танцев «Без правил»@bezpravildance;
  - Диспетчерский центр «Адаптис» <https://адаптис.рф/>;
  - Краснодарский краевой общественный фонд социальной адаптации личности «Свет»socsvet.ru;
  - Фонд поддержки гражданского общества Кубани;
  - Пицца КУБА, г. Краснодар@subakrasnodar;
  - Молодежный клуб Русского географического общества #АссоциацияБудущего;
  - Литрес <https://www.litres.ru/>;
  - Кафе Raffинадъ@raffinad\_and\_grillhouse.

### **Спикеры и эксперты проекта:**

**Александр Храмцов**, начальник отдела развития центра поддержки предпринимательства (центр «Мой бизнес», Фонд развития бизнеса Краснодарского края)

**Альбина Хамова**, эксперт по дружбе и выстраиванию отношений между людьми, сертифицированный коуч и тренер ICBT

**Анастасия Гольдман**, @wow\_goldman – бренд-стратег, графический дизайнер. Директор бренд агентства Goldman Studio, занимается всем циклом запуска проекта (от задумки и идеи, до упаковки логотипа, фирменного стиля, контент съёмки, оформления инстаграма, создания сайта и таргета продвижение проекта)

**Ангелина Федченко**, спикер Акселератора ПАО КБ «Центр Инвест», бизнес-тренер, финансовый консультант, директор «Айкьюмаркетинг»

**Андрей Судаков**, эксперт по системной организации бизнеса, автор прикладной методики бизнес-моделирования и управления «Системный Босс», наставник, инвестор, вице-президент Ассоциации индивидуального жилищного строительства ИЖС.РФ, управляющий партнер, руководитель франчайзинговых проектов брендингового Агентства «Z&G Branding»

**Антон Зацепин**, предприниматель, основатель кофеен «Зацепи Кофе» @zatsepi\_coffee

**Вера Сиренко**, @vgsirenko спикер Акселератора ПАО КБ «Центр Инвест», руководитель бухгалтерской фирмы КубаньПартнер

**Виктор Анатольевич Глушков**, директор по развитию АНО «Центр развития социальных инноваций «Технологии возможностей»

**Евгений Гобузов**, брендолог, победитель конкурса «Лидеры Дона-2020»

**Екатерина Гончарова**, @katrin\_ne\_sokolova\_ 10 лет в журналистике, продюсер молодежной телевизионной телепередачи, которая выходит на главном канале Кубани, работала копирайтером и SMM-менеджером, победитель Всероссийских конкурсов педагогического мастерства, организатор сообщества для женщин в декрете @workmama\_krd

**Екатерина Гришаева**, человек с особенностями по здоровью, экономист в Газпром межрегионгаз Краснодар, преподаватель Финансового университета при Правительстве РФ, эксперт хакатона «НАСК<123», выпускница школы инновационного предпринимательства

**Елена Воробьева**, главный специалист организационно-просветительского отдела ГКУ КК «ГосЮрБЮро Краснодарского края»

**Елена Деревщук**, креативный директор ООО «Видео-Пресс-Новости», тележурналист, член Союза журналистов России, предприниматель, креативный продюсер, руководитель видеопродакшн студии

**Елена Витальевна Маршалковская**, кинезиолог, психолог, коуч, психогенетик, гипнолог, энерготерапевт. Комитет по социальному предпринимательству РОО ОПОРЫ РОССИИ

**Елена Март**, рекламная компания Mart, фотостудия Original, заместитель руководителя комитета по развитию женского предпринимательства РОО «Опоры России», победитель премии «Женщина Лидер» 2021 / «Бизнес Леди» 2019/2020 автор проекта #АРБАТФЕСТ финалист премии «Бизнес Успех 2021»

**Елена Морозова**, президент АНО ДПО «Центр переговоров и урегулирования споров (медиации)» @mediation\_krd, психолог, бизнес тренер, международно-сертифицированный медиатор-практик, тренер по медиации, международный тренер по семейной медиации и работе с семьями, юрист, профессиональный коуч, профайлер

**Елена Викторовна Яковлева**, бизнес-партнер по управлению персоналом Краснодарского отделения ПАО Сбербанк, коуч-профессионал, карьерный консультант. В сфере работы с персоналом более 20 лет

**Жанна Аслаханова**, заместитель председателя Краснодарской краевой общественной организации инвалидов «Восхождение», тренер по социальному предпринимательству, член Общественной палаты МО г. Краснодар – Комиссия по вопросам защиты прав и интересов инвалидов, ветеранов, развития доступной среды, волонтерства и благотворительности

**Илья Иванович Андренко**, владелец event-агентства КБ «Ильюшино», руководитель комитета по корпоративной культуре «Опоры России» Ростовской области, бизнес-наставник, трекер премиальной программы Миллион с Аязом, Лауреат губернаторской премии «Лучшая Компания в сфере услуг» – Премия «Бизнес Ддона», оборот на праздниках в 2019 г – 30 000 000 рублей, выручка в 2020 г – 15 000 000 рублей, основатель образовательного проекта «Event school», Inst: <https://www.instagram.com/andrenkoilya/>, TG: @ilyaandrenko

**Константин Алексеевич Аршба**, члена Совета Ростовского областного отделения Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРЫ РОССИИ», Директора ООО «Тендер-Дон», Директор АНО ДПО УЦ «Прогосзаказ», экспертный совет по развитию контрактной системы при Государственной Думе РФ. Помощник депутата Государственной Думы – Кобзева Ю.В., руководитель уникальной образовательной платформы «ПРОГОСЗАКАЗ. РФ»

**Кирилл Сень**, директор Ассоциации развития гражданского общества Кубани

**Людмила Корниенко**, клинический психолог, нейропсихолог, кризисный терапевт, семейный психолог высшей категории, 18 лет работы в медицине и образовании

**Максим Решетов**, предприниматель, финансовый коуч, инвестор

**Максим Исаев**, @mgisaev, генеральный директор ООО «МАЯС», торговая марка Deafon@deafonofficial. эксперт по техническим средствам реабилитации ОООИ ВОГ @voginfo

**Мальта Екатерина Николаевна**, помощник директора по связям с общественностью, ПАО КБ «Центр Инвест»

**Наталья Воронина**, представитель Краснодарской региональной благотворительной общественной организации «Добрый Юг»@dobriyuug

**Наталья Надегина**, медиатор

**Оксана Владимировна Лазарева**, член Совета, руководитель Комитета по предпринимательскому образованию Ростовского Областного Отделения Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», Кандидат экономических наук, клинический и организационный психолог, бренд-менеджер, сертифицированный специалист по развитию эмоционального интеллекта, эксперт в области инклюзивных практик, координатор проекта «Волонтерское движение предпринимателей «ТОЧКИ ОПОРЫ», автор и эксперт программы повышения квалификации предпринимателей «Безопасность. Предотвращение потерь», методист, тренер и разработчик программ для специалистов, работающих в сфере инклюзивной практики, предпринимательства, социального проектирования

**Радосвета Уранова**, учредитель и директор АНБО «Центр всестороннего развития, социальной поддержки, защиты личности и окружающей среды «Радосвета», создатель и руководитель проекта «Яркий! Город» @yarkijgorod , волонтер, предприниматель, партнер мебельной фабрики @sunwood , организатор бизнес-событий, инвестор

**Сергей Владимирович Липинский**, к.э.н., директор по развитию бизнеса в Краснодарском крае, ПАО КБ «Центр Инвест»

### ***Выражаем благодарность***

#### ***за оказанное содействие и поддержку в реализации проекта***

Министерству образования, науки и молодежной политики Краснодарского края,  
Министерству экономики Краснодарского края, Министерству труда и социального  
развития Краснодарского края, Департаменту инвестиций и развития малого и среднего  
предпринимательства Краснодарского края, Департаменту внутренней политики  
Краснодарского края, Фонду развития бизнеса Краснодарского края,  
Общественной палате Краснодарского края

Проект реализуется с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов.

**Команда проекта:** Виктория Хахалева, Елизавета Именинник, Екатерина Мальта, Александр Савельев, Ирина Савельева, Данил Сильченко, Ольга Астафьева, Игорь Свириденко, Оксана Лазарева, Анна Погорелова, Антон Беднаржик, Виктория Черпакова, Екатерина Шмелева, Сергей Ищик, Ирина Науменко, Злата Харьковская, Валерия Соловьева.

## БЛОК 1

# МАТЕРИАЛЫ ЗАНЯТИЙ ПО ОНЛАЙН-КУРСУ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ БУДУЩЕГО»

Расписание онлайн занятий представлены в таблице ниже. Все записи занятий можно посмотреть в группе курс «Предприниматель будущего» <https://vk.com/club204580659>

№ п/п	Названия тем	Эксперты
1	Установочная встреча. Знакомство. Тема «Найти себя»	Работа с педагогами – кураторами групп
2	Тема «Личность предпринимателя. Лидерство»	<b>Елена Деревщук</b> ова, креативный директор ООО «Видео-Пресс-Новости», тележурналист, член Союза журналистов России, предприниматель, креативный продюсер, руководитель видеопродакшн студии
3	Тема «Целеполагание. Приди к своей цели»	Работа с педагогами – кураторами групп
4	Тема «Бизнес идея»	<b>Липинский Сергей Владимирович</b> , к.э.н., директор по развитию бизнеса в Краснодарском крае, ПАО КБ «Центр Инвест»
5	Тема «Команда и командообразование»	Работа с педагогами – кураторами групп
6	Тема «Основы финансовой грамотности», «Командообразование»	<b>Мальта Екатерина Николаевна</b> , помощник директора по связям с общественностью, ПАО КБ «Центр Инвест» <b>Альбина Хамова</b> , эксперт по дружбе и выстраиванию отношений между людьми, сертифицированный коуч и тренер ICBT
7	Тема «Самоорганизация. Найти время»	Работа с педагогами – кураторами групп
8	Тема «Финансы и Бизнес модель»	<b>Максим Решетов</b> , предприниматель, финансовый коуч, инвестор <b>Антон Зацепин</b> , предприниматель, основатель кофейен «Зацепи Кофе» @zatsepi_coffee
9	Тема «Бизнес-план. Бизнес защита – разборы»	Работа с педагогами – кураторами групп



10	Тема «Продажи как фундамент бизнеса» «Бизнес Модель»	<p><b>Ангелина Федченко</b>, спикер Акселератора ПАО КБ «Центр Инвест», бизнес-тренер, финансовый консультант, директор «Айкьюмаркетинг»</p> <p><b>Андрей Судаков</b>, эксперт по системной организации бизнеса, автор прикладной методики бизнес-моделирования и управления «Системный Босс», наставник, инвестор, вице-президент Ассоциации индивидуального жилищного строительства ИЖС.РФ, управляющий партнер, руководитель франчайзинговых проектов брендингового Агентства «Z&amp;G Branding»</p>
11	Тестирование для определения предпринимательских способностей	Работа с педагогами – кураторами групп
12	Тема «Реклама. Финансы». «Работодатели, нанимающие людей с ограниченными возможностями здоровья на работу»	<p><b>Андрей Судаков</b>, эксперт по системной организации бизнеса, автор прикладной методики бизнес – моделирования и управления «Системный Босс», наставник, инвестор, вице-президент Ассоциации индивидуального жилищного строительства ИЖС.РФ, управляющий партнер, руководитель франчайзинговых проектов брендингового Агентства «Z&amp;G Branding»</p> <p><b>Наталья Воронина</b>, представитель Краснодарской региональной благотворительной общественной организации «Добрый Юг»@dobriyyug</p>
13	Тема «Реклама и социальные сети»	Работа с педагогами – кураторами групп
14	Тема «Предприниматели с ограниченными возможностями здоровья» «Самозанятые»	<p><b>Вера Сиренко</b>, @vgsirenko, спикер Акселератора ПАО КБ «Центр Инвест», руководитель бухгалтерской фирмы КубаньПартнер</p> <p><b>Максим Исаев</b>, @mgisaev, генеральный директор ООО «МАЯС», торговая марка Deafon@deafonofficial. эксперт по техническим средствам реабилитации ОООИ ВОГ @voginfo</p>
15	Тема «Упаковка продукта»	Работа с педагогами – кураторами групп
16	Тема «Встреча с представителями организации поддержки предпринимательства/ Обращения и жалобы»	<p><b>Александр Храмцов</b>, начальник отдела развития центра поддержки предпринимательства (центр «Мой бизнес», Фонд развития бизнеса Краснодарского края)</p> <p><b>Елена Воробьева</b>, главный специалист организационно-просветительского отдела ГКУ КК «ГосЮрБЮро Краснодарского края»</p>
17	Продажи. Найти клиентов	Работа с педагогами – кураторами групп
18	Работа с психологом «Профориентация»	<b>Людмила Корниенко</b> , клинический психолог, нейропсихолог, кризисный терапевт, семейный психолог высшей категории, 18 лет работы в медицине и образовании

19	Тема «Договорные отношения. Формы и стороны договорных отношений/ Предприниматели с ограниченными возможностями здоровья»	<p><b>Елена Воробьева</b>, главный специалист организационно-просветительского отдела ГКУ КК «ГосЮрБЮро Краснодарского края»</p> <p><b>Радосвета Уранова</b>, учредитель и директор АНБО «Центр всестороннего развития, социальной поддержки, защиты личности и окружающей среды «Радосвета», создатель и руководитель проекта «Яркий! Город» @yarkijgorod, волонтер, предприниматель, партнер мебельной фабрики @sunwood, организатор бизнес-событий, инвестор</p>
20	Тема «Найти клиентов. Холодные звонки»	Работа с педагогами – кураторами групп
21	Тема «Развитие в современном мире. Факторы успешной карьеры»	<b>Яковлева Елена Викторовна</b> , бизнес-партнер по управлению персоналом Краснодарского отделения ПАО Сбербанк, коуч-профессионал, карьерный консультант. В сфере работы с персоналом более 20 лет
22	Тема «Продвижение своего проекта», «Самозанятость или ИП плюсы и минусы»	<p><b>Екатерина Гончарова</b>, @katrin_ne_sokolova_ 10 лет в журналистике, продюсер молодежной телевизионной телепередачи, которая выходит на главном канале Кубани, работала копирайтером и SMM-менеджером, победитель Всероссийских конкурсов педагогического мастерства, организатор сообщества для женщин в декрете @workmama_krd</p> <p><b>Екатерина Гришаева</b>, человек с особенностями по здоровью, экономист в Газпром межрегионгаз Краснодар, преподаватель Финансового университета при Правительстве РФ, эксперт хакатона «НАСК&lt;123», выпускница школы инновационного предпринимательства</p>
23	Тема «Договорные отношения с плательщиками налога на профессиональный доход»	<b>Елена Воробьева</b> , главный специалист организационно-просветительского отдела ГКУ КК «ГосЮрБЮро Краснодарского края»
24	Тема «Навыки переговоров. Работа с инвесторами и партнерами»	Работа с педагогами – кураторами групп
25	Тема «Предприниматели с ограниченными возможностями здоровья. Социальное предпринимательство» «Трудовые права совершеннолетних граждан»	<p><b>Елена Воробьева</b>, главный специалист организационно-просветительского отдела ГКУ КК «ГосЮрБЮро Краснодарского края»</p> <p><b>Жанна Аслаханова</b>, заместитель председателя Краснодарской краевой общественной организации инвалидов «Восхождение», тренер по социальному предпринимательству, член Общественной палаты МО г. Краснодар – Комиссия по вопросам защиты прав и интересов инвалидов, ветеранов, развития доступной среды, волонтерства и благотворительности</p>

26	Тема «Публичное выступление» Стратегическая сессия	Работа с педагогами – кураторами групп
27	Создание визуального образа товара или услуги. Презентация бизнес-проектов	<b>Анастасия Гольдман</b> , @wow_goldman, бренд-стратег, графический дизайнер. Директор бренд агентства Goldman Studio, занимается всем циклом запуска проекта (от задумки и идеи, до упаковки логотипа, фирменного стиля, контент съёмки, оформления инстаграма, создания сайта и таргета продвижение проекта) Работа с педагогами – кураторами групп

## МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ЗАНЯТИЙ НА ОНЛАЙН-КУРСЕ ТЕМА «НАЙТИ СЕБЯ»

### Важно!

Все задания рекомендую выполнять письменно.

1. Мысли, сформулированные письменно, осознаются и запоминаются гораздо лучше, чем устная речь. Это очень важно во время нашей с вами работы.
2. В последствии вы сможете анализировать свои ответы.

### Задание 1. Формулируем точку «А». Где вы сейчас?

Путь от сегодняшнего дня и до желаемого результата – это дорога. Сконцентрируйтесь и постарайтесь описать свое текущее местоположение. Вопросы ниже помогут вам:

Сколько вам лет? Где вы живете? (страна, населенный пункт)?

Какова ваша основная занятость и профессия сейчас? Если не работаете, то почему (инвалидность, декрет, студент, в поиске работы)?

Почему вы приняли решение идти дальше и искать свой путь? Что вас не устраивает сейчас (либо не устраивало на последнем месте работы) в большей степени?

Отвечаем коротко тремя предложениями по одному пункту на каждый вопрос.

### Конкретизируем мечту - определяем точку «Б»

Представьте себя через год. Это не очень долгий, но реальный период.

### Задание 2. Напишите ответы на три вопроса:

- Сколько дней в неделю вы хотите работать?
- Сколько часов в день вы хотите работать?
- Сколько денег в месяц вы хотите зарабатывать?

**Вы здесь, а значит текущее состояние в профессиональной сфере вас не устраивает.**



Существует два типа факторов, которые на это влияют

**Внешние:**

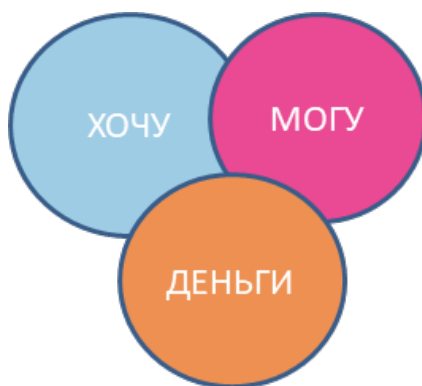
Зарплата, руководитель,  
отдаленность места работы от  
дома, коллектив, график работы

**Внутренние:**

Сама суть работы, ее смысл,  
задачи и функции, которые  
вы реализуете своим трудом

**Домашнее задание: Задание Э.**

Напишите, какие факторы на самом деле  
вас сюда привели: внешние или внутренние?



Любимое дело состоит из трех составляющих:

**ХОЧУ** – то, что вы искренне любите больше всего.

**МОГУ** – ваши способности и таланты

**ДЕНЬГИ** – как вы можете на этом зарабатывать.

На пересечении этих составляющих и  
находится ваше любимое дело.

**Домашняя работа. Задание 4. Ваша «адская работа»**

Возьмите все, что вам не нравилось в любой вашей прошлой работе или в любой воображаемой.

Определите, ЧТО вы там делали, ГДЕ и с КЕМ. Не стесняйтесь, пишите как можно больше и красочнее.

Теперь вы сможете точно понять, как же должна выглядеть ваша идеальная работа.

Для этого возьмите каждую задачу «адской работы» – график, вид деятельности, обстановку, отношение окружающих, погоду, эмоции, которые вы испытываете, и – представьте полную противоположность. Все в точности – наоборот.

Когда мы точно знаем, чего мы хотим, наш мозг начинает искать варианты решения. Мы начинаем искать возможности. Это похоже на то, как мы едем в машине в новое для себя место и у нас есть навигатор.

### Слайд 1



## Шаблон презентации

Название проекта

### Слайд 2

Обо мне

Мой проект

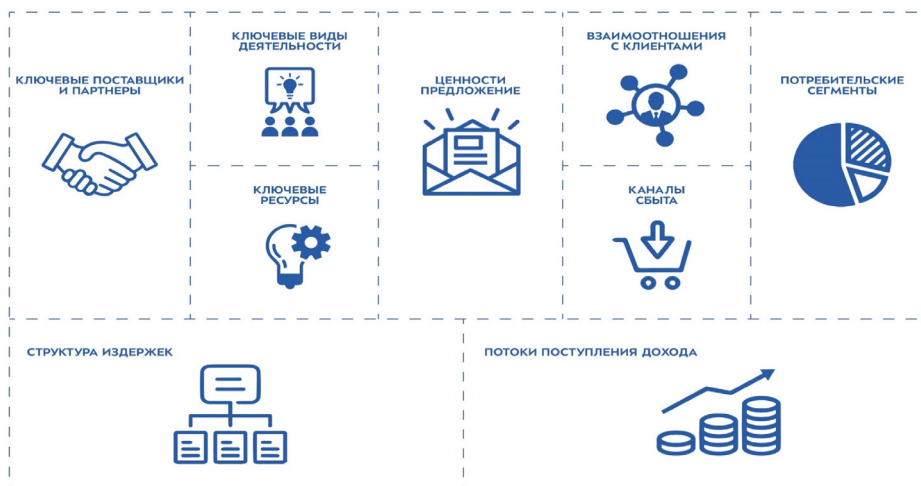


### Слайд 3

Ценностное предложение

## Слайд 4

### Бизнес-модель



## Слайд 5



### Продвижение

## Слайд 6

### Финансы проекта

## Слайд 7

Контакты, Социальные сети, Сайт ...



## ТЕМА «ЛИЧНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ. ЛИДЕРСТВО»

**Предприниматель** – лицо, имеющее своё дело в целях получения прибыли в форме оказания услуг, торговли или производства. Для того, чтобы быть предпринимателем не обязательно иметь профессионально образование в той области, в которой он ведет свою предпринимательскую деятельность. Цель предпринимателя – получение прибыли для себя и для группы совладельцев в которую он входит. Например: владелец салона красоты, кафе, автосервиса и т.д.

Бизнес – самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Исследования, опыт и практика предпринимательской деятельности свидетельствуют о том, что преуспевающий предприниматель обладает следующими качествами:

- стремится к самореализации;
- способен принимать решения и нести ответственность за их выполнение;
- умеет организовать дело, идти на инновации и рисковать;
- имеет особый склад ума, действий и личностных устремлений.

Исследования в области психологии бизнеса позволяют выделить наиболее важные социально-психологические и моральные качества современного предпринимателя.

<b>Качество предпринимателя</b>	<b>Определение</b>
Честность	Правдивость, прямота, добросовестность, принципиальность, верность принятым обязательствам
Инициативность	Предприимчивость, способность к самостоятельным и активным действиям
Коммуникабельность	Открытость для других, готовность общаться с людьми, потребность иметь с ними контакты
Самостоятельность	Независимость в решениях, умение самому находить пути выполнения задачи, вовремя брать на себя ответственность
Настойчивость	Проявление силы воли, упорства, умение доводить дело до конца
Самообладание	Способность контролировать свои чувства, поведение в сложных ситуациях
Наблюдательность	Умение увидеть, мимоходом отметить примечательное, сохранить в памяти детали
Лидерство	Способность играть центральную роль в организации совместной деятельности и регулировании взаимоотношений в группе, компании
Ответственность	Чувство необходимости, обязанность отвечать за свои действия, поступки, принимаемые решения
Сообразительность	Способность быстро схватывать основное, существенное в чем-либо, понятливость, находчивость

Организованность	Способность подчинять себя необходимому режиму, планировать свою деятельность, проявлять последовательность, собранность
Работоспособность	Выносливость, способность вести напряженную работу, не уставать во время ее выполнения

В научной литературе нет единого мнения относительно того, предпринимателями становятся или рождаются. Различные теории ищут ответ на этот вопрос. Путем анализа жизненного пути бизнесменов пытаются найти ключевые личностные характеристики, позволившие им добиться успеха в своем деле. Современные реалии таковы, что каждый может попытаться развить в себе качества, присущие предпринимателям.

Не всякий гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью. Необходимым условием для того, чтобы можно было зарабатывать деньги предпринимательством, является дееспособность человека. Дееспособным гражданин считается с момента совершеннолетия, то есть по достижении восемнадцатилетнего возраста.

За несовершеннолетних, не достигших 14 лет, почти все сделки совершают от их имени только их родители, усыновители и опекуны (ст. 28 Гражданского кодекса РФ). Они же несут имущественную ответственность по сделкам малолетнего гражданина и за вред, причиненный ребенком. Ребенок может лишь распоряжаться карманными деньгами, совершать те или иные покупки (мелкие бытовые сделки), совершать безвозмездные сделки, направленные на получение выгоды.

По достижении несовершеннолетним 14-летнего возраста на основании письменного согласия родителей, заверенного нотариально, подросток может заниматься индивидуальной предпринимательской деятельностью.

Для регистрации в качестве предпринимателя необходимо выполнить действия, предусмотренные законом. Чаще всего на первых порах для ведения бизнеса регистрируются в качестве индивидуального предпринимателя.

Одним из самых главных условий для открытия ИП является наличие нужной документации. Пакет документов состоит из:

- заявление на открытие ИП по форме Р21001 (в одном экземпляре; если заявление подается лично, то нотариально заверенное не нужно);
- квитанция, которая подтверждает оплату госпошлины – 800 рублей;
- копий основной страницы и страницы с пропиской из паспорта(при себе иметь оригинал);
- копии ИНН;
- заявление по форме 26.2-1 (это заявление о переходе на упрощенную систему налогообложения, можно подать его и в 30-тидневный срок после появления записи в едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП).

В некоторых случаях (если в долю в бизнесе входят более двух человек, планируется масштабирование, получение кредитов, участие в государственных программах поддержки и т.п.) выгоднее регистрировать общество с ограниченной ответственностью. Тогда необходимы следующие документы:

- Заявление о регистрации ООО по форме Р11001.
- Договор о создании ООО (между физ. лицами)
- Приказ о вступлении генерального директора в должность
- Протокол собрания учредителей о создании ООО
- Решение о создании ООО с одним учредителем
- Устав ООО

Основные отличия между ИП и ООО приведены в таблице.

<b>ИП</b>	<b>ООО</b>
физическое лицо	юридическое лицо
В случае банкротства рискует личным имуществом	В случае банкротства рискует уставным капиталом (минимум 10000 рублей)
Владеет один человек	От 2 до 50 соучредителей
Предприниматель выводит и тратит свой личный доход сразу и как хочет (может распоряжаться средствами на расчетном счету как угодно). Не учитывает его нигде и не платит дополнительные налоги с дохода.	Учредители ООО платят 13% с дивидендов, т.е. с любой прибыли личной. У ИП такого налога нет. Кроме того, снятие денег с расчетного счета(а иметь его обязательно для ООО) всегда должно быть отражено в бухучете.
Нет бухучета. ИП не обязан вести бухучет (баланс и отчет о прибылях и убытках).	Есть бухучет. Все ООО обязаны вести и сдавать бухучет независимо от формы налогообложения.
Если ИП один без работников, то ему не нужно сдавать отчеты в ИФНС, ПФР и ФСС за работников.	ООО обязано ежеквартально сдавать отчеты по своим работникам (в Пенсионный фонд, в Фонд Социального Страхования, в Федеральную налоговую службу).
Регистрация предпринимателей производится по месту жительства (тому, что указано в паспорте). Если в паспорте нет постоянной регистрации, то возможно зарегистрировать по временной. Работать бизнесмен может где угодно в России. Зарегистрировать филиалы не нужно.	Регистрация компаний производится по юридическому адресу головного офиса. Для работы в других городах обычно требуется зарегистрировать филиалы, представительства, обособленные подразделения.
Менее привлекателен для инвесторов. Юридически сложнее описать план и обязательства. Официально не ведут бухучет, поэтому и финансовое положение проследить сложнее. Банки зачастую не дают кредитов, либо требуют залог, поручителей. Самого ИП в залог не оставишь.	Более доступны инвестиции и кредиты. Для инвесторов более привлекателен. Возможность прописать в Уставе доп. обязательства, сделать инвесторов соучредителями или другие. Для банков само ООО и его имущество может выступать залогом.

Для того чтобы вести свою предпринимательскую деятельность легально помимо регистрации необходимо своевременно платить налоги. При регистрации происходит выбор системы налогообложения. Самая распространенная – упрощенная система налогообложения (УСН).

Про упрощенную систему налогообложения знают многие начинающие предприниматели, но стоит напомнить про её основные особенности:

- невысокая налоговая ставка – 6% от доходов или 15% разницы между доходами и расходами;
- регионы вправе снижать даже эту невысокую ставку – до 1% на УСН Доходы и до 5% на УСН Доходы минус расходы;
- простая отчетность – одна декларация по итогам года;
- налоговые платежи начисляются только при наличии доходов;

– на УСН Доходы есть возможность вдвое уменьшать рассчитанный налоговый платёж за счёт страховых взносов, уплаченных за работников или ИП за себя.

Чтобы работать в рамках этого льготного налогового режима, плательщику УСН надо соблюдать целый ряд ограничений, указанных в статье 346.12 НК РФ.

– количества работников – не более 100 человек.

– годовой доход не более 150 млн.рублей.

**Лидером** считают человека, обладающего наибольшим авторитетом и признанием в своей группе, способного вести за собой других людей. Лидера не назначают, он выдвигается сам благодаря своим личным качествам.

### Каким же должен быть лидер?

1 Способным управлять собой (если хочу, значит смогу).

2 Наличие четких личных целей (знаю, что хочу).

3 Умение решать проблемы (найти выход в лабиринте мнений).

4 Творческий подход в организации людей (не так, как все).

5 Умение влиять на окружающих (вести за собой).

6 Знание особенностей организаторской деятельности (организовать дело).

7 Наличие организаторских способностей (в их единстве).

8 Умение работать с группой (сплотить товарищей на дело). Понимание важности сплочения коллектива.

### Качества лидера

1 дружелюбие	13 чувство юмора
2 жесткость	14 наличие только своего мнения
3 самоконтроль	15 толерантность
4 жестокость	16 зависть
5 умение говорить	17 оптимизм
6 эгоизм	18 пессимизм
7 способность на риск	19 честность
8 стремление подавить волю других	20 слабохарактерность
9 самостоятельность	21 гибкость
10 страх	22 недоверие
11 уважение к людям	23 обаяние
12 бессердечие	

Также выделяют шесть основных элементов лидера. К ним относятся: воображение, знание, талант, решимость, жесткость, притяжение.

**Первый элемент** – воображение. Если нужно что-то создать, построить, изменить или организовать, человек должен ясно себе представлять, что получится в итоге. Для этого нужна способность представить несуществующее. Это представление, мысленная картина, состоит из реальных вещей, где-то нами виденных, но измененных и приспособленных по-новому.

**Второй элемент** – знание. Оно необходимо для того, чтобы спланировать путь к достижению цели, которую нарисовало воображение. Знание придает лидеру уверенность.



**Третий элемент** – талант. Нужно точно различать талант и способности. Способный человек – это тот, кто сравнительно легко делает то, что у других вызывает трудности. Это может быть игра на виолончели, верховая езда или футбол. Но для того чтобы подняться над способностями, организуя работу других, будь то дирижирование оркестром, управление войсками в бою или футбольной командой на поле, нужен талант. Талантливый человек держит ситуацию под контролем.

**Четвертый элемент** – решимость. Это нечто большее, чем просто сильное желание добиться успеха. Решимость состоит из трех компонентов. Во-первых, лидер знает, что порученное задание находится в пределах человеческих возможностей. Во-вторых, он верит, что все, что нужно сделать, будет сделано. В-третьих, он должен передать свою убежденность другим. Его спокойная уверенность придаст силы остальным членам команды.

**Пятое качество** – жесткость. Наверное, немногие сегодня готовы принять это, но опыт показывает, что добиться успеха можно, только если ты безжалостен к недоброжелателям, бездельникам и лентяям. Есть такие лидеры, которых и любят, и уважают, но это не значит, что они никогда не были жестки.

И наконец, **шестой элемент** – притяжение. Лидер должен быть магнитом, центральной фигурой, к которой тянутся все остальные. Сила притяжения тем больше, чем чаще вы оказываетесь на виду. Конечно, в крупной компании быть на виду довольно трудно, но там о лидере постоянно говорят в его отсутствие. Он должен стать легендой, героем рассказов, реальных или выдуманных. Он не окружает себя почитателями, ища славы и внимания, потому что они у лидера уже есть. Ему не нужно лишний раз демонстрировать свою значимость. Она очевидна.

## **ТЕМА «ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ. ПРИДИ К СВОЕЙ ЦЕЛИ»**

Мечта – особый вид воображения, заветное желание, исполнение которого часто сулит счастье. Цель: желание = действие = эмоция. Цель – это результат, который вы хотите получить. Например: жажда – это потребность. Желание утолить жажду – это мотив, а стакан с водой, к которому мы тянемся – это цель. Качественная постановка цели, должна быть конкретная, реальная и измеримая, подкреплена имеющимися возможностями и определена во времени.

Чтобы понять отличие мечты от цели приведем пример. Мечта – «свободно говорить и читать на английском языке». Цель – «Выучить 3000 слов английского языка к 01.06. 2018 года при помощи интернет курсов «Полиглот»»

Виды целей:

- Финансовая цель (денежная или материальная)
- Профессиональная цель (закончить четверть на 5; получить первое место по теннису)
- Духовная цель (нарисовать картину «Взаимосвязь природы и человека», принять участие в благотворительной акции (отдать нуждающимся ненужные игрушки))

2. Бизнес = спрос \* исполнитель

Исполнитель – это человек, который продает товар или услугу. Товар может быть информационным или физическим. Как найти свою бизнес идею?



- Она была мечтой?
- Есть ли необходимость в воплощенной идеею кого либо?
- Отличается ли идея инновационностью, новизной?

Теперь самое важное, обратная связь с рынком, с конечном потребителем. Именно он определяет, будет ли воплощена и реализована бизнес идея, какое развитие ждет бизнес и будет ли прибыль. Новые идеи в бизнесе требуются постоянно. Скорость, с которой происходят перемены, открывает широкие возможности для тех, кто задумался об организации своего бизнеса.

Прибыльное дело можно начать и без стартового капитала, главное, это найти идею. Придумать именно такое занятие, которым вы будете гордиться, которому будет не жалко отдать свое время и усилия. Мало того, что при таком подходе вам попросту не надоест заниматься собственным бизнесом, и он не застрянет в своем развитии, но и сможете без труда определять наилучший маршрут продвижения, развития созданного с нуля бизнеса.

Сейчас в интернете можно найти большое количество каталогов идей для малого бизнеса. Например,

- В сфере ИТ – набор текстов, ведение блога, составление каталогов товаров или клиентов, простой веб дизайн, установка несложного программного обеспечения
- Бизнес на дому – изготовление украшений, бижутерии, мягких игрушек, интерьерных аксессуаров, разведение рыбок.
- Курьерская доставка, расклеивание рекламных объявлений, выгул и уход за животными, присмотр за детьми и обучение младших школьников, оказание помощи соседям

Приведем пример выбора своей ниши на рынке.

Представим себе, что ваша идея бизнеса звучит так: проводить обучение навыкам компьютерных программ. Вокруг есть достаточно много людей, необученных компьютерной грамоте. Это школьники, люди пенсионного возраста и другие. Среди них есть те, кто решил, что для них очень важно и нужно овладеть компьютером. Собственно, на обучении и можно зарабатывать свои первые карманные деньги. Кто знает, вполне возможно, в итоге вы сможете открыть целый обучающий центр, включающий в себя комплекс услуг. Это не так сложно, как кажется на первый взгляд.

Для того, чтобы бизнес оправдал вложения, необходимо четко представлять себе, кто будет пользоваться вашей услугой. Школьники? Какого возраста? Какие знания вы можете им передать? Работа в Word, Excel или Photoshop? От того, насколько точно вы опишите своего клиента, зависит успех вашего дела.

Еще один вид деятельности, который не требует особой квалификации – это создание свечей. Свечи нужны всегда, их в большом количестве закупают к праздникам, дням рождениям, в рестораны и на романтические вечера. Вы можете удариться в этот вид деятельности и попробовать продавать свои свечи. Сначала друзьям, потом родственникам, потом друзьям друзей и так далее. Деньги хоть и небольшие, но на кино хватит. Много известных и богатых людей начинали с совсем простых профессий, от которых для большинства непривлекательны, потому что там очень мало платят. Путь в тысячу километров начинается с одного единственного шага. Главное, сделать этот шаг.

Кроме того важно, чтобы ваш продукт или услуга обладали уникальностью.

**ЧТО ТАКОЕ ДЕНЬГИ?**

Всем вам, вероятно, приходилось иметь дело с деньгами. Что же такое деньги? Это то, в обмен на что можно купить то, что хочешь.

Нужен хлеб, например, или пальто. Если деньги есть в кармане – идешь в магазин и покупаешь. За несколько бумажек тебе дают то, что нужно.

А если бы не существовало денег? Как тогда быть? Ничего и приобрести нельзя было бы? Нет, можно, но только тогда нужно было бы что-нибудь давать в обмен.

Есть у вас лишнее пальто, а вам нужен сахар – вы идете и меняете.

Но это же очень неудобно! Нашли вы человека с сахаром, предлагаете поменяться, а ему пальто и не нужно. Нужен велосипед. Идете дальше. Попался человек с велосипедом. Вы уже решаете сначала выменять велосипед, а потом за него получить у первого человека сахар. Но этот отдает велосипед лишь за шоколадные конфеты. К счастью, вы скоро встречаете человека с конфетами, которому нужно пальто. Вы меняетесь и лишь теперь можете получить от первого сахар за велосипед. Но хорошо, если он за это время не поменялся с кем-нибудь другим, а то вы и будете носиться с велосипедом.

А с деньгами всего этого не бывает.

За пальто вы теперь получите деньги, а за них – сахар, или что хотите, какой угодно товар. Такой обмен каких-либо вещей или продуктов на деньги называется торговлей. Без денег торговля была бы невозможна.

Если то, как тратятся деньги, всем понятно, то, откуда берутся деньги, нужно рассмотреть подробнее. При зарабатывании денег, по сути, вы также меняете результаты своего труда на деньги. Все имеет свой эквивалент в денежном выражении.

В приведенном примере ценность имеет и пальто, и сахар, и велосипед и т.д.

Еще существуют электронные деньги, которые хранятся в банке, а тратить их можно с использованием банковских карт.

Рассмотрим пример: «домашняя копилка» – попробуйте откладывать из тех денег, что вам дают, хотя бы по 10 рублей в день. За год это получится внушительная сумма, 10 рублей за 365 дней, выльется в 3650 рублей.

Для того чтобы бережливо тратить деньги и всегда оставался остаток, который можно отложить в копилку, нужно придерживаться правил:

- составлять список покупок, идя в магазин
- покупка качественных вещей, которые прослужат дольше
- распределить деньги по нескольким конвертам на разные нужды.

Карманные деньги – это деньги, которые родители выдают ребенку каждую неделю. Наличие собственных денег учит вас разумно распоряжаться личным бюджетом (цель помогает – экономить, копить). При наличии цели, вы учитесь расставлять приоритеты. При наличии целей и правильном распоряжении собственными деньгами, вы становитесь самостоятельными, ответственными и уверенными.

**SMART-цель**

Если Вы работаете над поставленными целями, то эти цели будут работать на Вас


**S** **M** **A** **R** **T**

Specific - конкретная;  
Measurable - измеримая;  
Achievable - достижимая;  
Realistic - реалистичная;  
Timed - определенная по времени.

~~Много зарабатывать~~      Зарабатывать 200 000 руб./месяц в 2019 г.

12

## СТАВИМ ЦЕЛИ НА ГОД ПО СИСТЕМЕ SMART

<b>S</b> Specific КОНКРЕТНЫЕ	<b>M</b> Measurable ИЗМЕРИМЫЕ	<b>A</b> Attainable ДОСТИЖИМЫЕ	<b>R</b> Relevant ЗНАЧИМЫЕ	<b>T</b> Timebound С ЧЕТКИМИ СРОКАМИ
				
Вместо обычного «хочу то-то» прописывайте конечный результат цели со всеми деталями.	Используйте цифры или другие точные данные, чтобы сделать цель измеримой для оценки результата.	Ставьте задачи, которые вам по силам. Не задирайте планку слишком высоко.	Спросите себя: «Зачем мне это?» Может, цель нужно переформулировать или она вообще лишняя.	Ставьте срок, к которому вы планируете достичь цели. Это стимулирует и не дает расслабиться.



Правила составления картины будущей жизни:

- 1) формулируйте свои мечты в позитивных терминах;
- 2) будьте предельно конкретны: постарайтесь ясно представить себе, как это выглядит, как пахнет, как звучит, какое на ощупь; чем сенсорно богаче ваше описание, тем лучше оно задействует ваш мозг для достижения цели;
- 3) постарайтесь составить ясное представление о результате: что именно будет, когда вы достигните своей цели, что вы будете тогда чувствовать, что и кто вас будет окружать, как это будет выглядеть, как вообще узнать, что ты достиг того, к чему стремился;
- 4) важно сформулировать такие цели, достижение которых в принципе зависит от вас; то, к чему вы стремитесь, должно принадлежать вам, исходить от вас, быть вашим;

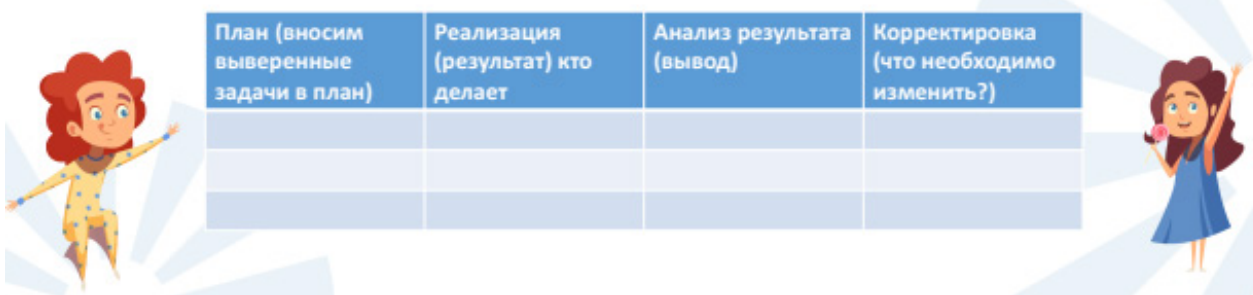
5) спроецировав в будущее последствия ваших сегодняшних целей, подумайте, не нанесут ли они ущерба другим людям; ваши результаты должны приносить пользу и вам и другим

## Я и моя мечта

1. Опишите свою мечту, что больше всего вы хотите иметь в своей жизни?
2. Как осуществление этой мечты повлияет на вас? Опишите себя, свои чувства, как обладателя своей мечты
3. Как осуществление этой мечты повлияет на ваше окружение? Что получит ваше окружение (мир)?
4. Какую награду Вы получите, при осуществлении своей мечты?

Готовим план работ по проекту на каждый день  
Заполним сначала таблицу и внесем в колонку План, задачи, которые проверили на Могу/Хочу/Надо.

В следующую вносим как и кто будет реализовывать. Как только задача будет сделана внесите ее результат, сделайте вывод и снова поставьте в план. Все взвешенные задачи должны быть расписаны по дням, разбиты на маленькие шаги и внесены в план-график дня



План (вносим выверенные задачи в план)	Реализация (результат) кто делает	Анализ результата (вывод)	Корректировка (что необходимо изменить?)

## ТЕМА «БИЗНЕС ИДЕЯ»

- 1) Подумай, что у тебя получается делать лучше других. Напиши 10-15 пунктов.
- 2) Что из этого списка тебе нравится делать больше всего, что тебе дает энергию и вдохновение? Отметь 3-4 пункта.
- 3) Мысленно представь, что ты всю жизнь занимаешь тем, что ты перечислил во 2-м пункте. Если ты не можешь чего-то представить, вычеркни это.

### Быстро найти бизнес идею

Поиск идеи	Выпиши 5 вещей, которые у тебя получаются лучше всего К каждому из навыков нам надо придумать по 3 бизнес идеи. Даже самых фантастических	3 мин 7-10 мин
Анализ идеи	Оценим все идеи по 3 критериям. 1. Это кому то нужно ( актуально). 2. Это ты можешь запустить сейчас ( есть возможности). 3. Ты этим хочешь заниматься	2 мин
Постановка цели	Теперь, чтобы лучше выбрать идею – нам надо поставить цель. Она должна быть конкретной, чёткой и измеримой по времени. Например, купить айфон 10 стоимостью 50 00 рублей к ноябрю 2020 года. Давай теперь поставим твою	3 мин
Выбор ниши	Как ты думаешь, какая из выбранных идей поможет тебе достигнуть цель быстрее? Отлично, давай напишем план действий по ее запуску ( выпиши 3 шага)	3 мин

## ТЕМА «КОМАНДА И КОМАНДООБРАЗОВАНИЕ»

Самое важное в бизнесе это создать Настоящую Команду. Сплоченную, творческую, компетентную, динамичную, хорошо мотивированную. Все остальное вторично: идеи, ресурсы, инфраструктура и т.д. Если есть хорошая команда, можно заниматься каким угодно бизнесом, продвигать какую угодно идею, даже неэффективную и банальную, – все равно Команда «вытянет» бизнес. «Вгрызется зубами» и вытащит проект в лидеры!

### **Зачем нужна команда?**

Команда нужна, прежде всего, для выработки сильных решений. Команда практически всегда принимает более сильное и взвешенное решение, чем один человек. Или на порядок усиливает уже придуманное хорошее решение. Чем больше команда, тем большими знаниями и большим опытом она обладает и тем сильнее могут быть принимаемые ею решения. Но чем больше становится команда, тем и сложнее ею управлять.

Ну и конечно, основные члены вашей команды возьмут на себя и будут курировать ключевые направления вашего бизнес – проекта, в дальнейшем бизнеса. У каждого будут свои зоны ответственности, но фактически вы станете единым цельным механизмом.

Настоящая сильная команда должна состоять из разных людей, с разными взглядами и убеждениями, с разными позициями, с разным темпераментом, с разными жизненными привычками и приоритетами. Каждый участник команды должен быть четко спозиционирован и решать четко очерченный круг задач, например финансы, продажи, техническое обеспечение, маркетинг и продвижение и пр. Но при этом все участники команды всегда должны находиться в едином информационном поле, то есть слышать друг друга и понимать. Они должны вместе расписывать текущие задачи, краткосрочные и долгосрочные цели. У всех должно быть одинаковое и однозначное понимание: кто мы и куда мы идем.



## МОЯ БИЗНЕС ИДЕЯ

*Цель:* \_\_\_\_\_

*Как достигнуть? (задачи)* \_\_\_\_\_

*Для кого мой бизнес? (сколько ему лет, стиль его жизни, увлечение, его внешность, цели)*

*Какие проблемы клиента решает мой бизнес?*

*Почему нужно покупать услугу/товар именно у меня?*

В команде выделяют следующие роли:

Предприниматель – идейный вдохновитель. Генерирует новые идеи. Не боится рисковать. Выработывает стратегию развития компании. Чувствует тенденции и настроения рынка, в результате чего компания создает «выстреливающие» проекты.

Администратор – контроллер. Менеджер. Перфекционист. Следит за всеми деталями процесса. Анализирует. Планирует. Организован. Задает много вопросов по делу. Ищет «подводные камни».

Интегратор – командный «суперклей». Сплачивает коллектив. Всегда выслушает, поймет, постарается помочь, донести идеи команды до руководства и сделать все, чтобы их воплотили в жизнь. Массовик-затейник, который организывает корпоративные мероприятия, собрания и встречи.

Производитель результатов – творец и исполнитель. Тот, кто создает продукт в компании. В совершенстве знает нюансы разработки, технологии, следит за новейшими изобретениями и трендами.

Один человек может сочетать в себе 2 или более роли, но доминирующей всегда будет одна из них. Для успешной работы необходимо наличие всех типов людей в команде, тогда ни один важный момент не будет упущен.

## **ТЕМА «САМООРГАНИЗАЦИЯ. НАЙТИ ВРЕМЯ»**

Самоорганизация – это умение организовать себя.

Тайм-менеджмент технология организации времени и повышения эффективности его использования. Если вы проанализируете, чем занимаетесь каждый день, то заметите, что достаточно большую часть времени у вас отнимают хронофаги – пожиратели времени. Это любые отвлекающие объекты, мешающие и отвлекающие от основной деятельности (работы и других запланированных дел). К ним относятся болтовня не по делу с друзьями, пустые телефонные разговоры, зависание в соцсетях, компьютерные игры и т.д.

Главный принцип управления временем гласит: ничего не держать в голове! Весь поток дел, проблем, целей, задач, мечтаний, желаний необходимо расписать в планах(день, неделя, месяц)

Техника «слоны и лягушки».

Задачи «лягушки»: «Лягушками» в тайм-менеджменте называют необходимые дела, которые не требуют много времени на их выполнение. Но из-за постоянного откладывания, простое дело перерастает в большие неприятности. Например: не исправил оценку в школе, не убрал у себя в комнате.

Задачи «слоны» – это большие задачи, объемные. Важно «слонов» делить на части – «кусочки» до самых простых и легко выполнимых шагов. Когда большая задача раздроблена на части, подзадачи, то она уже не кажется такой сложной. Например: «написать доклад / составить список под тем/ найти их в интернете или библиотеки/ список литературы».

## **ТЕМА «ФИНАНСЫ И БИЗНЕС МОДЕЛЬ»**

**Бизнес-модель** – это описание того, каким способом организация будет работать, развиваться и оставаться успешной в течение длительного времени.

Построение бизнес-модели является промежуточным инструментом при разработке бизнес-плана. Бизнес-модель помогает прояснить, как компания будет действовать и что ей для этого требуется.

При построении бизнес-модели мы описываем девять составляющих бизнеса:

- Ключевые партнеры;
- Ключевая деятельность;

- Ключевые ресурсы;
- Создаваемая ценность;
- Каналы продаж;
- Отношения с клиентами;
- Потребительские сегменты;
- Структура затрат;
- Источники дохода.

Приведем пример для бизнеса по производству и продаже свечей.

Партнеры – поставщики сырья

Деятельность – производство свечей

Ресурсы – помещение, емкости, ароматические масла, красители и т.д.

Ценность – индивидуальный подход к клиенту, подбор дизайнера, тематическое оформление.

Каналы продаж – соцсети и сарафанное радио.

Отношения с клиентами – личное консультирование

Сегменты – единичные заказы, рестораны

Затраты – сырье, оборудование, расходы на продвижение и рекламу в соцсетях

Доход – продажа свечей.

Из всех элементов маркетинга определение цены является одним из самых важных.

Цена – это и самый гибкий инструмент, ее можно изменить за один день. Тем не менее, если выводить на рынок новый товар или брэнд, лучше сразу попасть в точку, а не метаться от одной стратегии к другой.

Существует несколько подходов к определению цены. Мы с вами разберем классический, исходит из своих собственных затрат. Она рассчитывает себестоимость товара, учитывает все виды издержек и, наконец, закладывает определенную норму прибыли. Но в нынешних условиях этот подход нельзя назвать оптимальным. Все объясняется тем, что когда потребитель приходит в магазин или на рынок, ему все равно, какие у компании издержки. Он ориентируется на выгоды, которые ему дает этот товар. Также важно ориентироваться на цену на аналогичный товар у вашего конкурента. Излишне высокая цена не позволит быстро обрасти клиентами (если она, конечно, не обоснована эксклюзивностью товара), в то же время слишком низкая цена отпугнет клиентов, т.к. они могут заподозрить неладное.

Формула определения цены:

Цена = себестоимость + наценка.

Возвращаясь к примеру с производством свечей, попытаемся проиллюстрировать установление цены на ароматические цветные свечи.

Расходы на производство свечей складываются из затрат на сырье.

Цена парафина = 150 руб./кг

Цена ароматического масла = 50 руб./10 мл

Цена красителя = 70 руб./10 гр.

Цена фитиля = 7 руб./1 м

Всех этих материалов хватит на производство около 25 свечей. Итак, сумма переменных затрат составляет 277 рублей.

Также понадобятся формы для свечей, инструменты и т.д. – то, что используется много раз и можно назвать оборудованием (около 5000 рублей за минимальный набор). Размещение рекламы в инстаграм – 2000 рублей. Но на первых порах мы решили не тратить на рекламу.



Таким образом, себестоимость одной свечи равна  $(277+5000)/25=211$  рублей.

Делаем наценку 80%. Тогда свеча будет стоить около 380 рублей.

Сравним цены на аналогичные свечи, приготовленные в домашних условиях: от 350 рублей и выше.

Вполне конкурентоспособная цена. В дальнейшем необходимо работать над оптимизацией расходов.

## МОЯ БИЗНЕС МОДЕЛЬ

*Деятельность:* \_\_\_\_\_

*Какие ресурсы нужны:* \_\_\_\_\_

*Ценность* \_\_\_\_\_

*Где продавать (каналы продаж)* \_\_\_\_\_

*Отношения с клиентами* \_\_\_\_\_

*Сегменты* \_\_\_\_\_

*Затраты* \_\_\_\_\_

*Доходы* \_\_\_\_\_

## БИЗНЕС МОДЕЛЬ

Ключевые партнеры	Ключевые виды деятельности	Ценностные предложения  Стоимость услуг:	Взаимоотношения с клиентами	Потребительские сегменты B&B  B&C
	Ключевые ресурсы		Каналы сбыта	
Структура издержек Постоянный расходы Переменные расходы		Потоки поступления доходов		

**Шаблон экономической модели на примере составления букетов**

Реализация	1 месяц			2 месяц			3 месяц		
	цена за ед	кол-во	выручка	цена за ед	кол-во	выручка	цена за ед	кол-во	выручка
Прибыль			-9 055			1 498			30 598
Выручка после уплаты налогов			38 000			54 220			102 150
<b>ВЫРУЧКА ИТОГО</b>			40 000			57 000			107 500
Выручка розница			20 000			32 000			55 000
Букет «Ромашковое поле», цена	500	10	5 000	500	15	7 500	500	15	7 500
Букет «Незабудка незабудка», цена	1 500	5	7 500	1 500	8	12 000	1 500	15	22 500
Букет «Мы над пропастью во ржи», цена	2 500	3	7 500	2 500	5	12 500	2 500	10	25 000
Затраты салона, В2В			20 000			25 000			52 500
Букет «Ромашковое поле», цена	500	10	5 000	500	10	5 000	500	10	5 000
Букет «Незабудка незабудка», цена	1 500	5	7 500	1 500	5	7 500	1 500	15	22 500
Букет «Мы над пропастью во ржи», цена	2 500	3	7 500	2 500	5	12 500	2 500	10	25 000
<b>Затраты на материалы на создание продукта</b>									
Затраты розница			6669			10670			18335
Букет «Ромашковое поле», цена	167	10	1670	167	15	2505	167	15	2505
Букет «Незабудка незабудка», цена	500	5	2500	500	8	4000	500	15	7500
Букет «Мы над пропастью во ржи», цена	833	3	2499	833	5	4165	833	10	8330
Затраты салона, В2В			6669			8335			17500
Букет «Ромашковое поле», цена	167	10	1670	167	10	1670	167	10	1670
Букет «Незабудка незабудка», цена	500	5	2500	500	5	2500	500	15	7500
Букет «Мы над пропастью во ржи», цена	833	3	2499	833	5	4165	833	10	8330
<b>ИТОГО:</b>			13338			19005			35835
<b>Расходы</b>									
Расход1			0			0			0
ПФР			2 667			2 667			2 667
Электричество (дизель)			10 000			10 000			10 000
Аренда			0			0			0
Мобильная связь			550			550			550
Маркетинг									
Расход 2			0			0			0
Оплата сайта			500			500			500
Расход 3			0			0			0
Реклама у блогера			2 000			2 000			2 000
Реклама таргетинг/контекстная реклама			18 000			18 000			20 000
<b>Итого расходы</b>			33 717			33 717			35 717
<b>Итого расходы+ затраты</b>			47 055			52 722			71 552
<b>Налогообложение</b>									
4%			800			1280			2200
6%			1200			1500			3150

**Ресурсы необходимые для реализации проекта**

Наименование ресурса	есть/нет	стоимость
Холодильная камера для цветов	нет	170 000
Мебель для камеры (полки, стелаж)	нет	40 000
Сrm- система	нет	30 000
Курсы по дизайну букетов	есть	12 000
Преобретение дизельного генератора	нет	48 000
<b>Итого необходимо средств</b>		288 000

**Шаблон экономической модели для самозанятых**

Реализация	1 месяц			2 месяц			3 месяц		
<b>Прибыль</b>			<b>0</b>			<b>0</b>			<b>0</b>
<b>Выручка после уплаты налогов</b>			<b>0</b>			<b>0</b>			<b>0</b>
<b>ВЫРУЧКА ИТОГО</b>			0			0			0
	цена за ед	кол-во	выручка	цена за ед	кол-во	выручка	цена за ед	кол-во	выручка
Выручка розница			0			0			0
Услуга 1			0			0			0
Товар 1			0			0			0
Услуга 2			0			0			0
Выручка, B2B			0			0			0
Услуга 1			0			0			0
Товар 1			0			0			0
Услуга 2			0			0			0
<b>Затраты на материалы на создание продукта</b>									
Затраты розница			0			0			0
Услуга 1			0			0			0
Товар 1			0			0			0
Услуга 2			0			0			0
Затраты салона, B2B			0			0			0
Услуга 1			0			0			0
Товар 1			0			0			0
Услуга 2			0			0			0
<b>Итого затраты:</b>			<b>0</b>			<b>0</b>			<b>0</b>
<b>Расходы</b>									
ПФР									
Электричество									
Аренда									
Мобильная связь									
Маркетинг									
Продвижение									
Оплата сайта									
Расход									
Реклама таргетинг/контекстная реклама									
<b>Итого расходы</b>			<b>0</b>			<b>0</b>			<b>0</b>
<b>Итого расходы+ затраты</b>			0			0	0	0	0
Налогообложение									
4%			0			0			0
6%			0			0			0

**Ресурсы необходимые для реализации проекта**

Наименование ресурса	есть/нет	стоимость
Итого необходимо средств		

## ТЕМА «БИЗНЕС-ПЛАН»

К бизнес-планированию в предпринимательской среде неоднозначное отношение. Почему-то многие считают его напрасной тратой сил и времени, ведь «в реальности всё получится совсем по-другому». Бесспорно, жизнь внесёт коррективы в любой проект, и в процессе реализации он может измениться до неузнаваемости. И все же предварительная проработка проекта очень полезна, потому что:

Работа над бизнес-планом структурирует информацию о проекте и в целом ваши мысли и идеи.

Бизнес-план определяет последовательность и продолжительность этапов, что в дальнейшем упрощает контроль над проектом.

Помогает как следует изучить свой будущий рынок и конкурентов, а значит лучше продумать концепцию товара или услуги.

Заставляет проанализировать риски и обдумать способы их снижения.

Устанавливает целевые показатели проекта, а когда есть конкретная измеримая цель – её реальнее достичь.

Если вы готовите бизнес-план для себя, а не для банка или инвестора, то это не обязательно должен быть фолиант на 300 страниц. Достаточно тезисно осветить несколько основных разделов. Они более-менее стандартны для любого бизнес-плана:

- Резюме, или «выжимка» по проекту;
- Описание проекта и отрасли;
- Концепция продукта/услуги;
- Маркетинговый план, или план продвижения;
- План производства/продаж;
- Штатное расписание;
- Финансовый план;
- Доходность и окупаемость проекта;
- Риски проекта

Если вам нужен бизнес-план для инвестора или, в особенности, для банка, может быть полезно нанять консультанта. Он поможет соблюсти требования по формату и расставить правильные акценты.

О том, как проводить маркетинговое исследование, в интернете есть много открытой информации. Самые распространенные ошибки, на которых многие «спотыкаются», – это отсутствие анализа конкурентов и завышение данных по рынку. Вводные о спросе и ценах – ключевые для анализа эффективности всего проекта. Поэтому, строя расчёты на некорректных данных, вы обманываете, в первую очередь, сами себя.

В каких источниках можно искать информацию? Во-первых, различные базы данных – Росстата, Федеральной таможенной службы, государственных и муниципальных закупок, а также профильные СМИ, сайты производителей, дистрибьюторов и т.д. И конечно, полевые исследования и опросы, в зависимости от масштаба и специфики проекта.

Результатом анализа рынка и конкурентов должны стать конкретные вводные для финансовой модели проекта: объем спроса, воронка продаж, продуктовая линейка и цены.

Самые типичные недочёты, которые встречаются в бизнес-планах. Будет полезно учесть их при работе над вашим документом, особенно если вы собираетесь отослать его потенциальным партнерам или инвесторам:

1) Небрежность в оформлении. Неряшливо оформленный документ сразу же портит впечатление и о проекте, и о его инициаторе. Шрифт, абзацы, отступы, выравнивание текста, заголовки, подписи к таблицам и рисункам – все это «упаковка» для ваших идей, и она должна выглядеть профессионально.

2) Слишком специфичная терминология. Обязательно включите в бизнес-план словарь используемых профессиональных терминов, без которых никак не обойтись. Но постарайтесь избегать их чрезмерного употребления.

3) Перегруженность информацией. Пишите по возможности кратко и ёмко, и только о важных для понимания проекта вещах, чтобы не рассеивать внимание читающего. Детали и подробности лучше вынести в приложения.

4) Много «воды». Хуже всего, если бизнес-план перегружают пустой информацией для объема и «солидности». Делать так категорически нельзя. Инвесторы ценят своё время и просто не станут тратить его на такой проект.

5) Неподтвержденные или завышенные данные по рынку. Старайтесь опираться на проверенные источники информации и обязательно указывайте их в тексте бизнес-плана. Критически оценивайте собственные прогнозы, всегда обосновывайте их.

6) Ошибки в расчётах. Обязательно перепроверяйте свои расчёты, а еще лучше – покажите знакомому финансисту с «незамыленным» взглядом. Один ум хорошо, а два, как известно, лучше!

Учитывая большой объем информации, включенный в данный документ, следует разделить его на несколько разделов, каждый из которых несет в себе определенный смысл.

#### Краткий инвестиционный меморандум

Этот пункт предполагает краткое описание как концепции бизнеса, так и основных его процессов. Он также предполагает подведение итогов и определение целей бизнеса. На основе данного раздела вы можете сделать для себя вывод: стоит или нет входить в эту отрасль?

#### Описание бизнеса, продукта или услуги

Позволяет познакомиться с главным объектом всех бизнес-процессов, включает все тонкости его производства или покупки до конечной реализации клиенту. В этом разделе необходимо продумать каждую мелочь, потому что объект продажи – это фундамент вашего бизнеса.

#### Описания рынка сбыта

Ваша целевая аудитория, конкуренты, конъюнктура – в этом разделе описаны все подробности среды обитания вашего бизнеса. Как опытный полководец вы должны понимать, что местность является решающим фактором для победы в сражении. Для вашего предприятия его расположение также может в конечном счете предопределить судьбу проекта.

#### Продажи и маркетинг

Вы знаете, свой продукт в лицо, предполагаете, где будете его реализовывать, а в этом пункте вы должны решить для себя самый главный вопрос: как вы его будете продавать? Все-таки если вы не сможете грамотно рассказать о нем, то при всех положительных качествах вашего товара или услуги, бизнес на его основе обречен на провал.

#### План производства

Под этим внушительным заголовком скрывается весь процесс работы вашей компании: начиная от производства товара или услуги и заканчивая сервисным обслуживанием клиентов. Благодаря этому разделу вы должны сформировать в своем сознании четкую картину функционирования вашего предприятия и стремиться к ее материализации.

### Организационная структура

Кто поможет вам реализовать ваши планы? Конечно, нужны сотрудники, присутствие каждого из которых в вашей команде экономически целесообразно. Обязательно тщательно опишите всех работников вашего предприятия, их функции и заработную плату. Не забывайте также про премиальные и налоги, так как потеря этих расходов может исказить финансовую картину.

### Финансовый план

Этот раздел включает в себя абсолютно все расходы на открытие и работу вашей фирмы. Регистрация юридического лица, ремонт помещения и прочие инвестиционные вложения должны быть просчитаны в первую очередь, за ними следуют ежемесячные расходы на бесперебойную работу вашего бизнеса. Они делятся на постоянные и переменные, последние рассчитываются с учетом планируемого оборота и продаж компании. Кроме того, финансовый план помогает определить срок окупаемости вашего бизнеса и является основным фактором для решения по поводу открытия бизнеса.

### Факторы риска

Последний пункт вашего бизнес-плана должен сформировать представление о всех угрозах и положительных условиях для существования и развития вашего бизнеса. Сильные конкуренты или высокая арендная ставка? Отнесите эти факторы к угрозам для бизнеса. Уникальный товар или оригинальная рекламная кампания? Их лучше отнести к факторам, положительно влияющим на состояние вашего дела.

Бизнес-план – это главный документ вашего предприятия, поэтому стоит отнестись к нему со всей серьезностью. И если вы планируете работу еще не открывшегося предприятия, то на основе этого документа стоит принять решения: а нужно ли вообще запускать его и принесет ли мне это дело прибыль? Если вы сомневаетесь в вариантах ответа, то лучше выбрать другую сферу деятельности. Будьте честны с самим собой.

## ОПИСАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

\*Ответы на Вопросы (только на те, которые подходят к Вашему проекту):

1 Род предприятия (отметьте и опишите): торговля, производство/переработка, распространение, услуги, другие.

2 Какие товары/услуги оно будет предлагать?

– Чем они уникальны?

– Решают ли они важную проблему?

– Представляют ли они большую возможность?

3 Каков статус вашего предприятия? (отметьте и опишите): образование, приобретение уже существующего предприятия, расширение, другой.

4 Как долго действует предприятие (или находится в развитии)?

\_\_\_\_\_ месяцев \_\_\_\_\_ лет.

5 Какая форма организации? (отметьте и опишите) единоличное владение, общество (тип?), корпорация (тип?).

6 Где будет находиться предприятие?

– В чем преимущество этого местонахождения?

7 Кто и что будет вашим основным рынком?

8 Какой процент существующего рынка вы охватите?

– Каков ваш план и стратегия проникновения на рынок?

9 Кто ваши конкуренты?

– В чем их сила и слабость?

– Какова их доля рынка?

10 Кто собирается управлять предприятием?

– Какая квалификация необходима для управления предприятием?

– Каков опыт, стаж и образование управляющих?

11 Каковы сроки основных этапов достижения целей?

12 Сколько средств необходимо, чтобы сделать предприятие успешным?

– Сколько средств необходимо для улучшения товара?

– Сколько средств необходимо для маркетинга?

– Сколько средств необходимо для эксплуатации предприятия?

13 Какой вид финансирования вам нужен? (отметьте и опишите) ссуда (кредит), акционерный капитал (инвестиция).

14 Что вы предлагаете взамен? (отметьте и опишите) право собственности(сколько?), доля прибыли (прогнозируемая прибыль через 3-5 лет), обеспечение возврата кредита, другое.

15 Каков срок окупаемости инвестиций?

16 Сколько средств вложено на сегодняшний день?

17 Каковы ваши интересы (финансовые и др.) и долгосрочные цели?

18 В чем сильные и слабые стороны вашего предприятия (что сделает его успешным)? (отметьте и опишите) менеджмент, квалифицированный и опытный персонал, уникальный товар/услуга, постоянный источник поставок, небольшое производство/низкие накладные расходы, высокая прибыль, хорошее обслуживание, упор на качество.

19 Какие ограничения/ недостатки у вашего предприятия? (отметьте и опишите) капитал, менеджмент, персонал, материалы, другие.

20 Каковы долгосрочные цели, направленные на рост и расширение предприятия?

## **ТЕМА «ПРОДАЖИ КАК ФУНДАМЕНТ БИЗНЕСА»**

Продажи – это процесс взаимоотношения между двумя лицами, который заканчивается обменом товара на деньги. Способов продавать товар очень много, так же много и участников торгового процесса. Участниками процесса продажи могут выступать различные лица: физические, юридические и государство.

Как мы можем взаимодействовать с клиентом?

- Активные продажи, достаточно популярный вид продаж, который заключается в том, что продавец самостоятельно ищет клиента.
- Телемаркетинг или телефонные продажи – осуществление продаж путём переговоров с текущими или потенциальными клиентами по телефону, без непосредственного личного контакта продавца с покупателем.
- Пассивные продажи. Продажи с помощью распространения рекламных материалов.
- Продажи через интернет. Пожалуй, один из самых перспективных способов продаж товара или услуги. Рынок интернета развивается в геометрической прогрессии и значительно теснит классические методы продаж.



В продажах особое место занимает техника продаж конкретного продавца. Техника продаж – это не только сами этапы продаж, которые служат костяком любой продажи, но и отточенное умение оперировать свойствами и выгодами товара, невербальное и паравербальное общение с клиентом. Успешный продавец, который обладает всеми компетенциями, необходимыми для продаж является ценнейшим сотрудником на рынке труда.

Рассмотрим алгоритм действий успешного продавца:

1. Установление контакта
2. Выявление потребностей
3. Презентация товара
4. Работа с возражениями
5. Завершение сделки

Приведем пример. У вас есть мечта – купить себе iPhoneX. Вы поставили финансовую цель и наконец – то заработали необходимую сумму. Вы идете в магазин, где вас встречает продавец, и тут начинаются продажи! Продавец интересуется, чем может быть полезен вам? (происходит – **установление контакта**) Вы ему объясняете, что хотите купить телефон. Он, конечно, задает вам определенные вопросы: какой? стоимость? цвет? итд (**выявление потребностей**). Далее он демонстрирует товар, показывает всю уникальность и рассказывает какие выгоды вы получите, если вы его приобретете (**презентация товара**). Тут выясняется, что вы хотели золотого цвета, а этого цвета на данный момент нет, в наличии только черный. Что же делать? Как быть? Успешный продавец, объяснит вам, что черный – это классика! Это круто и здорово! Он подойдет под любой гардероб, а самое главное, что можно приобрести золотой чехол, а еще на нем изображение известного персонажа и данный чехлы продаются со скидкой 50%, и на складе имеются разные цветовые гаммы, тем самым можно хоть каждый месяц ходить как будто с новым телефоном! (**работа с возражением**). Вы с довольным лицом отправляетесь на кассу, покупаете свою заветную мечту и с отличным настроением покидаете магазин (**завершение сделки**). Вот именно так, мы с вами будем учиться продавать ваш продукт. Но для этого, нужно познакомиться с понятием «Бизнес модель» и научиться устанавливать цену на свой товар.

4. Любая компания работает для получения и увеличения прибыли от своей деятельности. Прибыль – это та сумма, на которую доходы превышают расходы.

Зачастую путают понятия прибыль и выручка. Разница между ними в следующем.

Выручка – это доходы компании. Таким образом, выручка больше прибыли, так как в ней не учтены расходы.

Например, за месяц вы продали 50 свечей, цена одной свечи 400 рублей.

Таким образом, вы получили от продажи товаров  $50 \cdot 400 = 20000$  рублей. Это ваша выручка.

Сумма ваших расходов на изготовление, рекламу и доставку свечей клиентам за этот месяц составили 7000 рублей.

Тогда размер прибыли составит  $20000 - 7000 = 13000$  рублей.

Для того чтобы оценить, насколько лучше или хуже стала работать компания в этом месяце относительно предыдущих принято использовать показатель рентабельности.

Рентабельность измеряется в процентах и показывает, какую часть выручки составляют прибыль.

Рентабельность = (Прибыль/Выручка)\*100%

В нашем примере рентабельность =  $(13000/20000) \cdot 100\% = 65\%$ .

Это означает, что 65% вырученных от продажи свечей денег остается у вас в виде прибыли, а 35% – это ваши расходы.

## Найти клиентов «Холодные звонки»

### ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ

Рекламные телефонные звонки или визиты, которые делают различные торговые компании с целью привлечь потенциальных покупателей или клиентов. Звонки адресованы новым клиентам, с которыми еще не устанавливались деловые отношения. В этом их главное отличие от теплых и горячих звонков, которые адресованы соответственно уже знакомым и действующим клиентам.



Неудачный разговор может не только не привлечь, но и отпугнуть, создать плохое мнение о Вас, как о компании. И Вы очень быстро услышите на конце провода “пип-пип-пип...”.

Первое, что Вам нужно сделать, перед созданием сценария своего разговора, так это определиться с двумя пунктами:

#### Пункт 1. Результат

Вам нужно решить для себя, к чему Вы будете подводить клиента. Это очень важно. Все Ваши аргументы должны аккуратно намекать на то, что нужно именно Вам, а не полагаться на то, в какую сторону уйдет беседа.

И в этом заключается проблема большинства продаж. Если прямо грубо, то таких целей можно выделить три:

1. Назначение встречи;
2. Отправка КП;
3. Продажи по телефону.

**Важно.** От конечной цели будет зависеть алгоритм холодного звонка.

#### Пункт 2. Повод

Чтобы определить повод, отталкиваемся от результата. Если им должна быть продажа или отправка коммерческого предложения, то всё просто, Ваш основной повод – решить проблему клиента или предложить более выгодные условия.

А мы с Вами сейчас рассмотрим тот самый эффективный и стандартизированный алгоритм, который отчасти можно обозначить как шаблон скрипта. Состоит этот шаблон из семи этапов:

1. Приветствие;

Лично я советую после этого выждать паузу для встречного приветствия, убедиться, что клиент слушает и слышит Вас в данный момент.

2. Самопрезентация;

Теперь, после приветствия, нужно рассказать, кто Вы и откуда. Причём, сказать откуда Вы можно по-разному, вот Вам примеры:

- Завод “Ингетрик”;
- Завод производства рельс “Ингетрик”.

Смотрите, в первом случае я умышлено не открываю сферу компании, когда во втором открываю сразу все карты, зная, что это повысит эффективность.

Первый случай мы используем тогда, когда наша сфера деятельности изначально вызывает негатив (у каждой сферы свой список стоп-компаний).

Дежурное “Вам удобно сейчас разговаривать?” не всегда нужно использовать. Бывает такой тип клиентов, которых эта фраза раздражает, человек начинает нервничать и сквозь зубы отвечает: “Говорите, что надо!”.

Я знаю, звучит странно, но не забывайте, что это холодный звонок, тут нужно действовать иначе. Если Вы всё-таки переживаете, то я Вас немного успокою. Поверьте, при настоящей невозможности говорить, ЛПР скажет Вам об этом еще в начале разговора.

И к тому же таким вопросом Вы сами себя зарываєте в яму, давая возможность собеседнику сказать “Нет, неудобно” и бросить трубку.

### 3. Обозначение цели звонка + предложение;

Клиенту нужно обязательно объяснить, зачем Вы звоните. Логично, правда?

Если сходу начать задавать ему вопросы без объяснения причины, то вряд ли Вы услышите что-нибудь приятное в свою сторону.

Опять же существуют разные техники продаж по телефону, а именно озвучивания цели звонка. Их существует много, но три варианта мы изучим прямо сейчас:

#### 1. Техника “Мы-Вы”. Нацелена на то, чтобы показать клиенту связь между вами:

*Пример: – Екатерина Дмитриевна, Ваша компания занимается проведением банкетов, а мы как раз специализируемся на привлечении клиентов в рестораны и кафе. Поэтому и звоню, чтобы с\_\_\_\_\_...*

**2. Техника “В лоб”.** Что может быть лучше, чем прямо и без хитростей сказать клиенту о том, что Вы хотите? Но в этом случае сразу же приготовьтесь к отговоркам по типу “Не нужно”, “Не интересно”, “Работаем с другими”, которые будут 100%.

*Пример: – Вероника Викторовна, мы занимаемся обслуживанием компьютеров в компаниях и хотим начать работу с вами. Как можем это сделать?*

**3. Техника “Есть ли смысл?”.** Данный подход очень актуален, когда Вам нужно верифицировать ЛПРа на предмет того, подходит ли он Вам как клиент или нет.

Например, если Вы работаете только с теми компаниями, которые печатают в месяц больше 3 000 документов.

*Пример: – Егор Александрович, чтобы зря не настаивать на встрече и сэкономить Ваше время, скажите пожалуйста, Вы печатаете в месяц больше, чем 3 000 документов?*

#### 4. Задавание вопросов.

*Пример: – Чтобы мне отправить именно то предложение, которое будет актуально для Вас, ответьте буквально на несколько вопросов, пожалуйста.*

Желательно, чтобы вопросов было не более трёх. Не забываем, что холодный звонок это когда клиент Вас не ждал. Поэтому нужно очень хорошо проработать этот момент и создать настолько мощные вопросы, которые вскроют все потребности.

Однозначно есть вариант, что Вам скажут “Мне не надо вопросов. Отправляйте КП сразу”.

В этом случае рекомендуем использовать такую схему: узнать, куда отправлять, а затем сказать, что Вам нужно задать буквально 2 вопроса, чтобы отправить подходящее предложение.

### **5. Предложение на “результат”.**

*Пример: – Пётр Никитич, исходя из Ваших ответов, для Вас идеально подойдёт s\_\_\_\_. Поэтому, чтобы сразу не настаивать на встрече и сэкономить Ваше время, предлагаю поступить следующим образом.*

*Я отправлю Вам предложение на почту, а завтра после обеда перезвоню и уточню решение. Будет интерес, значит начнём работать, не будет, значит не в этот раз. Записываю почту.*

### **6. Отработка возражений.**

Универсальная формула отработки возражения. Выглядит она так:

1. Согласиться с клиентом (*– Вы правы, нас нельзя назвать самой дешёвой компанией на рынке...*);

2. Сделать переход (*Именно поэтому*);

3. Аргумент/альтернатива (*С нами работают те, кто не хочет платить дважды.*);

4. Вопрос/призыв (*Вы кстати уже примерные объёмы на месяц определили?*).

Конечно, любую фразу в скобках Вы можете заменить на свою. Главное, чтобы она была в том же контексте, который подтверждается одним из пунктов.

### **7. Закрытие разговора.**

Вам нужно минимизировать риски, поэтому в конце разговора необходимо зафиксировать итог и обязательно договориться о следующем шаге, если Вы этого не сделали ранее.

*Пример: – Никита Андреевич, тогда завтра в 13.00 к Вам подъедет наш специалист для s\_\_\_\_, и Вы с ним уже дальше договоритесь о s\_\_\_\_.*

Далее прощаемся с клиентом, желательно сделать это максимально вежливо и приятно, из серии “Спасибо, Татьяна Владимировна, за разговор. Хорошего дня и до связи.”

Основная задача при разработке сценария холодной продажи или звонка это сделать так, чтобы у клиента не было возможности выйти из туннеля, по которому Вы его ведёте.

Если он “соскочит с крючка”, то может пойти в любую сторону, где вся Ваша супер структура и фразы будут разбиваться, как волны о скалы.

## **5 стратегий холодных звонков, о которых стоит знать (научные исследования)**

У многих людей холодный обзвон ассоциируется с чем-то сложным и малоэффективным. Мол, придется попотеть. Без использования проверенных стратегий это действительно так.

В конце концов, вы вторгаетесь в жизнь совершенно незнакомого человека и при этом имеете только десять секунд на то, чтобы доказать свою ценность.

Вы ясно осознаете, что, скорее всего, после ваших слов собеседник повесит трубку, ограничившись “Нет, спасибо”.

Отставить панику.

Ниже приведены пять простых и действенных стратегий обзвона, которые смягчат ваш стресс и превратят холодные звонки в теплые. Итак, вот как повысить свою уверенность и получить больше лидов:

### **1) Сначала – улыбка**

В следующий раз, прежде чем взять в руки телефон и набрать номер, продержите на своем лице улыбку как минимум двадцать секунд. И неважно, где вы – в зале переговоров или за собственным столом.

Сначала вы можете счесть это глупым. Однако недавние эксперименты продемонстрировали, что улыбка неважно искренняя или не очень – все равно приносит определенную пользу.

**Уменьшает стресс.** Ученый из канзаского исследовательского университета обнаружил, что улыбка при стрессовой ситуации может уменьшить степень негативной реакции.

**Снижает частоту сердцебиения.** Даже просто слегка приподнятые уголки губ будут в этом деле эффективны.

**Улучшает взаимопонимание.** Улыбка влияет на то, как мы говорим. На голос и интонации. Причем до такой степени, что человек на другой линии может уловить выражение вашего лица и даже определить тип улыбки. Когда именно человек «услышит» вашу улыбку – вопрос времени. Весь секрет – в зеркальных нейронах, которые способны уловить минимальные изменения в интонациях и тоне голоса.

Дополнительная выгода: ваши внутренние чувства отражаются на вашем лице. Однако эта закономерность действует и в обратную сторону. Так что улыбка помогает улучшить настроение.

## **2) Стойте, как Супермен**

Исследования социального психолога Эми Кадди доказывают: язык тела имеет значение. Даже если собеседник – на другой линии не видит вас. Постоите в уверенной властной позе (расставленные ноги и руки на бедрах) на протяжении двух минут. Тогда холодный звонок с большей вероятностью пройдет успешнее. И вот почему:

В организме повысится уровень тестостерона (увеличивает степень доверия).

Снизится уровень кортизола (это уменьшит стресс).

Данное правило имеет место, даже когда вы находитесь за письменным столом. Сидите прямо и не сутультесь. Это поможет вам почувствовать контроль над собой и уберет мешающее чувство нервозности.

## **3) Позвоните другу**

Эта практика пришла прямо из Yesware CEO от Мэттью Беллоус:

«Возьмите с собой фото близкого человека, который вам крайне дорог. Поставьте ее на письменный стол или сделайте заставкой в компьютере. В следующий раз, когда будете звонить очередному потенциальному клиенту, представьте, что сейчас вы будете говорить не с клиентом, а с человеком на фотографии».

Если вы не сторонник фотографий на столе или же находитесь в переговорной, просто быстро просмотрите фотографии в социальных сетях или в альбоме своего телефона.

**Почему это работает:** глядя на фотографию близкого человека, вы не только становитесь чуточку счастливее, но также снижаете уровень стресса и успокаиваете себя. Это сделает вас менее восприимчивым к неудачам.

## **4) Произносите только одну или два фразы за раз**

Эта техника холодного звонка проста, но нередко упускается из виду. Исследования демонстрируют, что мозг может воспринимать информацию только 20-30 секунд. Так что поделите 15-минутную беседу на части по 30 секунд.

Будьте лаконичны и обстоятельны. Не нужно перегружать незнакомца информацией или отраслевой терминологией. Говорите просто, четко и ясно. И не бойтесь объяснить непонятные моменты.

Если ваш собеседник начнет запрашивать конкретную информацию, значит он заинтересован. Не упускайте эту возможность. Назначьте встречу, в ходе которой вы сможете подробнее обсудить все вопросы и нюансы.



**5) Полюбите отказы (да, это тоже стратегия холодного обзвона)**

Комфортно ли вы себя ощущаете, когда получаете отказ?

Для продавца, который работает с холодными звонками, ответ всегда должен быть «да». Ключ к успеху в холодном обзвоне – ваша способность воспринимать отказ как форму мотивации.

Например, вместо того чтобы нацеливаться на конкретно число «да» в сутки, один консультант по вопросам управления решил охотиться за «нет». Вскоре он понял, что желаемое число «нет» для него недостижимо – поскольку он получал слишком много «да».

Сосредоточение внимания на отказах оказывает вдвойне положительный эффект. Это позволяет увеличить скорость и эффективность продаж.



**ТЕМА «ТЕСТИРОВАНИЕ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ»**

**Тест на предпринимательскую способность**

Тест разработан ведущим специалистом Московской международной высшей школы бизнеса «МИРБИС» Т.В. Кузьминой.

**Уважаемые господа!**

Предлагаем Вам пройти тестирование и определить уровень предпринимательских способностей. Тест содержит краткую интерпретацию Ваших возможностей в предпринимательской деятельности. Время заполнения теста, не более 3 мин.

### Инструкция

Вам предлагается ответить на вопросы, касающиеся Вашего обычного способа поведения. Постарайтесь представить типичные ситуации и дайте первый «естественный» ответ, который придет Вам в голову.

Опираясь на свою жизненную философию и типичное поведение, я сказал бы, что...	Целиком согласен	В основном согласен	Частично согласен	В основном не согласен	Целиком не согласен
1. Я в целом оптимист	1	2	3	4	5
2. Я получаю удовольствие от состязания и от превосходства своих навыков над навыками других	1	2	3	4	5
3. При решении проблем я в первую очередь стремлюсь к оптимальному решению, не беспокоясь о другом	1	2	3	4	5
4. Мне нравится общаться с коллегами после работы	1	2	3	4	5
5. При игре на тотализаторе я предпочту вариант с дальним прицелом для большего выигрыша	1	2	3	4	5
6. Я люблю сам ставить себе цели и добиваться их	1	2	3	4	5
7. Я обычно раскован и легко схожусь с другими	1	2	3	4	5
8. Я люблю быть в курсе происходящего и предпринимаю для этого действия	1	2	3	4	5
9. Я работаю лучше всего когда меня направляют	1	2	3	4	5
10. Когда я прав, я могу убедить других	1	2	3	4	5
11. Я нахожу, что другие часто отнимают мое время	1	2	3	4	5
12. Мне нравится смотреть футбол, бейсбол и подобные игры	1	2	3	4	5
13. Я обыкновенно говорю очень открыто о себе с другими людьми	1	2	3	4	5
14. Я не против выполнения приказов старших, имеющих законные полномочия	1	2	3	4	5
15. Мне больше нравится планировать, чем выполнять планы	1	2	3	4	5
16. Я считаю скучным дело, где гарантирован успех	1	2	3	4	5
17. Столкнувшись с неудачей, я быстро переключаюсь на другое вместо продолжения попыток	1	2	3	4	5
18. Успех в бизнесе дает возможность больше времени уделять семье	1	2	3	4	5
19. Заработав что-нибудь, я считаю важным сберечь это	1	2	3	4	5
20. Получение больших денег – это вопрос удачи	1	2	3	4	5
21. Проблемы решаются эффективнее, когда рассматривается несколько альтернатив	1	2	3	4	5
22. Мне нравится впечатлять своими умениями	1	2	3	4	5
23. Мне нравится играть в спортивные игры с более умелым соперником	1	2	3	4	5
24. В бизнесе допускаются не совсем этичные решения	1	2	3	4	5
25. Из хороших друзей получаются наилучшие подчиненные.	1	2	3	4	5



### **Подсчет очков**

Дайте себе одно очко за каждый обведенный ответ 1 или 2 на вопросы 1, 2, 6, 8, 10, 11, 16, 17, 21, 22, 23, 24.

Дайте себе одно очко за каждый обведенный ответ 4 или 5 на вопрос 3, 4, 5, 7, 9, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 25.

### **Сложите очки и найдите себя в категориях**

21-25: У Вас отличный шанс добиться успеха в предпринимательской деятельности, если вы используете имеющиеся возможности. Чего вы ждете?

16-20: Это близко к высокому предпринимательскому уровню. Вы можете добиться довольно больших успехов при наличии остальных качеств и ресурсов.

11-15: Сумма Ваших очков в переходной зоне. При условии серьезной работы вы, вероятно, сможете добиться понимания требований к владению собственным бизнесом.

6-10: Довольно сомнительно, что Вы добьетесь успеха в качестве предпринимателя. Для этого потребуется значительная перестройка вашей жизненной философии и поведения.

0-5: Посмотрите правде в глаза. Предпринимательская деятельность на самом деле Вам не подходит. Тем не менее, знания никому не вредят.

### **Диагностика предпринимательских и управленческих способностей**

По материалам сайта <http://azps.ru/tests/stest/predprinim.html> (Психология от А до Я)

### **Самотестирование >> Предпринимательские способности**

Тест позволяет оценить уровень Ваших предпринимательских способностей (подготовила Т. Матвеева).

Ответьте, пожалуйста, «да» или «нет» на предложенные вопросы.

1. Умеете ли вы доводить начатое дело до конца, несмотря на возникающие препятствия?
2. Умеете ли вы настоять на принятом решении или вас можно легко переубедить?
3. Любите ли вы брать на себя ответственность, руководить?
4. Пользуетесь ли вы уважением и доверием своих коллег?
5. Вы здоровы?
6. Готовы ли вы трудиться от зари до зари, не получая немедленной отдачи?
7. Любите ли вы общаться и работать с людьми?
8. Умеете ли вы убеждать других в правильности избранного пути?
9. Понятны ли вам идеи и мысли других?
10. Есть ли у вас опыт работы в той области, в которой вы хотите начать собственное дело?
11. Знакомы ли вы с действующими правилами налогообложения, калькуляции заработной платы, ведения бухгалтерского учета?
12. Будет ли в вашем городе или области спрос на товар или услугу, которые вы собираетесь предложить?
13. Есть ли у вас начальная подготовка в области маркетинга и финансов?
14. Хорошо ли идут дела в вашем городе (области) у других предпринимателей вашего профиля?
15. Есть ли у вас на примете помещение, которое можно арендовать?
16. Располагаете ли вы достаточными финансовыми средствами, чтобы поддержать свое предприятие в течение первого года его существования?
17. Есть ли у вас возможность привлечь к финансированию создаваемого вами предприятия родных и знакомых?

18. Есть ли у вас на примете поставщики необходимых вам материалов?

19. Есть ли у вас на примете толковые специалисты, обладающие опытом и знаниями, которых вам не хватает?

20. Уверены ли вы в том, что иметь собственное дело – это главная ваша мечта?

### Ключ

Каждый положительный ответ дает вам одно очко. Подсчитайте, пожалуйста, сумму очков.

### Результат

**Если сумма очков равна 17 и более,** вы имеете все необходимые качества, чтобы стать предпринимателем. Ваши целеустремленность, энергия и вера в успех помогут реализовать любую стоящую идею – главное, чтобы идеи действительно того заслуживали.

**Вы набрали от 13 до 17 очков?** Ваши шансы на успех в качестве предпринимателя не столь очевидны. Однако вы можете стать удачливым дельцом, коммерсантом.

**Если у вас менее 13 очков,** из вас вряд ли выйдет хороший предприниматель. Постарайтесь набраться опыта, и прежде чем встать на путь свободного предпринимательства, еще и еще раз сопоставьте свои интересы, желания и возможности.

### Можете ли вы быть предпринимателем?

Данный тест широко используется в Америке для диагностики предпринимательской жилки.

Качества	4	3	2	1
Инициатива	Ищет дополнительные задачи, очень искренний	Находчив, смекалист при выполнении задания	Выполняет необходимый объем работ без указаний руководства	Безынициативный, ждет указаний
Отношение к другим	Позитивное начало, дружелюбное отношение к людям	Приятный в общении, вежливый	Иногда с ним трудно работать	
Лидерство	Сильный, внушает уверенность и доверие	Умело отдает эффективные приказы	Ведущий	Ведомый
Ответственность	Проявляет ответственность при выполнении поручений	Соглашается с поручениями, хотя и не без протеста	Неохотно соглашается с поручениями	Уклоняется от любых поручений
Организаторские способности	Очень способный в убеждении людей и выстраивании фактов в логическом порядке	Способный организатор	Средние организаторские способности	Плохой организатор
Решительность	Быстрый и точный	Основательный и осторожный, осмотрительный	Быстрый, но часто делает ошибки	Сомневающийся и боязливый
Упорство	Целеустремленный, его нелегко обескуражить	Предпринимает постоянные усилия	Средний уровень упорства и решительности	Почти никакого упорства

В каждой из горизонтальных граф – то определение ваших качеств, которое, на ваш взгляд, более вам подходит. Поставьте его цифрой, соответствующей каждой вертикальной колонке (4, 3, 2, 1). После суммирования этих цифр оценка вашего потенциала владения и управления собственным делом может быть: отличной (25-28), очень хорошей (21-24), хорошей (17-20), средней (13-16), плохой (12 и меньше).

Если у человека обнаружатся некоторые слабости, но сохраняется сильное желание иметь свое дело и быть предпринимателем, то, по канонам предпринимательства, это желание вполне осуществимо. Но для этого необходимо подбирать команду и своих партнеров таким образом, чтобы они компенсировали ваши слабости. Например, у вас не очень высокие оценки по «организаторским способностям» и «отношению к другим». Значит, в вашей команде должен быть кто-то с соответствующими сильными качествами.

### **Тест предпринимательских и менеджерских способностей – 1**

Ответы на все вопросы могут быть трех видов: 1 – «да»; 2 – «затрудняюсь ответить»; 3 – «нет».

1. Достаточно ли у вас профессиональных знаний в избранной вами области деятельности?

2. Способны ли вы распределить работы среди подчиненных, оставив себе только наиболее важные?

3. Сможете ли вы решить многообразные проблемы управления (формирование портфеля заказов, прогнозирования финансового состояния и рентабельности отдельных изделий, применить рациональные системы оплаты труда и т.п.)?

4. Доверяете ли вы себе полностью или будете прибегать к помощи специалистов по отдельным вопросам?

5. Будете ли вы контролировать выполнение поручений?

6. Будете ли вы доверять вашим подчиненным выбор метода выполнения работы?

7. Считаете ли вы расходование средств на повышение квалификации выгодным вложением средств?

8. Имеете ли вы достаточно ясное представление о своей деятельности на ближайший год или два?

9. В случае если вам придется делить доход с вашим товарищем и партнером, уверены ли вы, что сохраните с ним дружеские отношения?

10. Дадите ли вы твердое обещание, если у вас нет уверенности, что сумеете его выполнить?

11. Согласен(на) ли ваша супруг(а) с вашими намерениями заняться предпринимательской или управленческой деятельностью?

12. Способны ли вы выделить при большой нагрузке время на обдумывание перспективных вопросов?

13. Располагаете ли вы необходимыми средствами для открытия нового дела или начала нового вида деятельности?

14. Делаете ли вы записи того, что задумали осуществить?

15. Планируете ли вы свой рабочий день?

16. Будете ли вы отмечать достижения своих подчиненных или постараетесь их не замечать?

17. Способны ли вы скрыть свое раздражение?

18. Наводили ли вы справки о делах аналогичных производств?

19. Можете ли вы получить большую прибыль, чем ваши конкуренты?

20. При выборе правовой формы вашего предприятия изучили ли вы налоговую систему?

21. Учитываете ли вы, что партнеры по вашему делу могут быть не всегда искренни?

Если оценка ваших способностей (подсчет баллов производится по таблице) лежит в пределах **от 80 до 124 баллов**, смело беритесь за дело; в пределах **от 40 до 80** – еще раз подумайте; **до 40** – лучше приниматься за дело с соответствующими помощниками.

№ вопроса	Порядковый номер ответа		
	1	2	3
1	8	4	0
2	4	2	0
3	8	4	0
4	0	6	8
5	4	2	0
6	4	2	0
7	4	2	0
8	8	4	0
9	2	4	0
10	0	2	4
11	8	4	0
12	8	4	0
13	8	4	0
14	4	2	0
15	4	2	0
16	4	2	0
17	4	2	0
18	8	4	0
19	8	4	0
20	8	4	0
21	4	2	0

### Тест предпринимательских и менеджерских способностей – 2

Представьте, что Вы управляете каким-либо коллективом (если Вы и так не менеджер).

Ответы на все вопросы могут быть трех видов: 1 – <да>; 2 – <затрудняюсь ответить>; 3 – <нет>.

1. Я не затруднюсь уволить с работы даже очень обязательного человека, с которым у меня прекрасные отношения, если тот работает по принципу: «Третий сорт – не брак!»

2. В неопределенной ситуации я способен(на) остановиться на какой-то одной четкой цели и без колебаний идти к ней.

3. Я умею наладить доброжелательные отношения с подчиненными и руководством.

4. Иногда полезно переходить к временной конфронтации во взаимоотношениях с администрацией и подчиненными.

5. Я регулярно пересматриваю цели моей деятельности.

6. Сейчас нецелесообразно учиться и приобретать специальность, лучше сосредоточиться на накоплении средств, чтобы развернуть дело.

7. Я умею воздействовать на людей так, чтобы они принимали мою логику и считали себя обязанными содействовать достижению моих целей.

8. Я редко поступаю вразрез с моими убеждениями.

9. Я настолько проникнут(а) желанием добиться успеха, что часто иду на временные лишения: скрепя сердце жертвую благополучной атмосферой в семье, общением с детьми, совместным отдыхом и т. п.

10. Я всегда экономлю время и силы, строго ограничивая поступающую информацию только самой необходимой.

11. Я считаю, что если человек постоянно пересматривает и проверяет свои убеждения, то он их просто не имеет.

12. Я способен(на) поддерживать свое настроение покупкой каких-нибудь мелких, недорогих, но хороших вещей, чтобы пережить крупные неудачи или период длительного безденежья.

13. Я считаю, что в тех случаях, когда нет полной определенности ситуации, не стоит предпринимать решительные действия.

14. Я часто вынужден(а) жертвовать творческими интересами и замыслами, решая проблемы материального обеспечения и продвижения по службе.

15. Я способен(на) переходить к временной конфронтации и жесткому противостоянию в семье и с друзьями, чтобы в полной мере раскрыть свои возможности на работе.

16. Я постоянно заставляю себя поступать так, как надо, а не так, как хочется.

17. Я настолько демократичен(на), что в общении с подчиненными просто не могу заставить себя сказать «я» вместо «мы».

18. Проблемы материального обеспечения всегда противоречат задачам сохранения благополучия в семье и получения удовольствия от жизни.

19. Мне мешает по-настоящему активно и плодотворно действовать в качестве менеджера общественная неразбериха и анархия.

20. Менеджеру надо быть готовым жертвовать своей духовной жизнью ради служебных дел.

21. Я лучше всего решаю проблемы, когда есть возможность уединиться и сосредоточиться.

22. Менеджер просто обязан высказать свое возмущение подчиненными, чья работа вызывает недовольство.

23. Я никогда не экономлю средства и время на приобретение максимально возможной информации, даже если не всегда представляю, зачем она мне может понадобиться.

24. Иногда я сталкиваюсь с совершенно равнозначными желаниями и, осознавая их несовместимость, все же ни одним не могу пожертвовать.

25. Я часто влияю на принятие решений коллегами, мне не подчиненными.

26. Планирование – это пережиток социалистической идеологии.

27. Я считаю, что лучше «выкладываться» на работе, которую знаешь, чем увлекаться новыми возможностями и идеями, где результат просчитан, но не гарантирован.

28. Иногда, даже осознав, какие желания борются во мне, я не могу выбрать удовлетворяющего меня решения.

29. Служебные дела требуют поступиться многими удовольствиями жизни.

30. Ответственные и рискованные ситуации вызывают у меня чувство вдохновения: прилив энергии, необычайную собранность, сосредоточенность и ясность мысли, легкость и точность действий.

### **Результат**

Подсчитайте количество баллов. За каждый положительный ответ в вопросах 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 23, 25, 30 и отрицательный в остальных вопросах записывается по одному баллу.

**Если сумма баллов меньше девяти**, то вам скорее всего лучше оставить идею стать менеджером и не мучить себя и родных мало осуществимыми стремлениями и рискованными предприятиями, мешающими нормально жить и работать, спокойно заниматься своим любимым делом: созерцанием действительности или насыщенной духовной жизнью. Хотя не исключена возможность, что вы сможете быть очень оригинальным управляющим, которому суждено внести вклад в мировой менеджмент, найти принципы управления и подходы, которые не укладываются пока в современную практику управления.

**При 10 – 21 баллах** можно говорить о возможности стать со временем хорошим менеджером. Но все же ваш выбор в большей степени продиктован рекламой и модой, чем внутренними побуждениями. Внимательно проанализируйте: может быть, вам и стоит потратить усилия на развитие способности к управлению. Но для этого потребуется пройти хороший курс социально-психологической подготовки.



Если сумма выше 22 баллов, то вы на правильном пути и скорее всего точно угадали свое призвание. Если результат выше 26 баллов, то вы – прирожденный менеджер. Хотя учиться и совершенствоваться в условиях конкуренции всегда необходимо (что вы и сами прекрасно знаете). Желаем успеха!

## ТЕМА «РЕКЛАМА И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ»

Термин «реклама» произошел от латинского слова «reclatate», что означает «громко кричать», «извещать».



### Виды рекламы



### Виды рекламы в зависимости от цели рекламной кампании

Вид рекламы	Характеристика
<b>Информативная</b>	создает <b>осведомленность</b> о новых товарах / свойствах, формирует первичный спрос (используется на этапе выведения товара на рынок)
<b>Убеждающая</b>	создает <b>расположение и предпочтение</b> , стимулирует приобретение, подкрепляет избирательный спрос (используется на этапе роста ЖЦТ)
<b>Напоминающая реклама</b>	поддерживает <b>предпочтения</b> , стимулирует повторные покупки (используется на этапе зрелости товара)
<b>Подкрепляющая реклама</b>	после покупки убеждает покупателей товара в правильности сделанного выбора

## Виды рекламы в зависимости от средства распространения информации

Вид рекламы	Разновидности
телевизионная	рекламные ролики, рекламные объявления, телерепортажи, телепередачи
реклама в прессе	рекламные объявления, публикации обзорно-рекламного характера
реклама на радио	радиоролики, реклама спонсора
Интернет-реклама	e-mail реклама, баннерная, контекстная
наружная	билборды, щиты, ай-стопперы, вывески
реклама на транспорте	городской наземный транспорт, поезда
прямая почтовая реклама	письма, листовки, буклеты, каталоги
реклама в месте продажи товара	мобайлы, постеры, ай-стопперы, джумби, шелфтокеры, воблеры, минивитрины, лайт-боксы







### Виды интернет – рекламы:

- ❖ Медийная реклама
- ❖ Контекстная реклама
- ❖ Поисковая реклама
- ❖ Геоконтекстная реклама
- ❖ Вирусная реклама
- ❖ Продакт-плейсмент

# Контекстная реклама

стоят нарушения ПДД

Автомобили, которые сложнее всего узнать

**ПУТЕШЕСТВИЯ**

Как избежать осложнений во время перелета людям с болезнями сердца (СОВЕТЫ)

Россиянам рекомендовано меньше гулять по Бангкоку

**Человек заявил о поддержке России**

Саркози: отношения между Россией и ЕС могут серьезно ухудшиться

Грузинские военные казнили российских миротворцев

**Угроза Байкалу угоняла националы только у евреев**

Сажали за решетку в Цивиле террориста №1

**DEUTSCHE WELLE**

**Война на Кавказе**  
Взгляд из Германии

СМОЖЕТ.

Глава оргкомитета по подготовке Олимпиады Дмитрий Чернышенко заявил, что конфликт между Грузией и Россией "не имеет ничего общего с подготовкой к Олимпиаде".

**Ссылки по теме:**

**Вице-премьер Жуков: США не смогут лишить Сочи Олимпиады**  
// NEWSru.com // В России // 18 августа 2008 г.

**Конгресс США рассмотрит резолюцию о переносе сочинской Олимпиады-2014 в другую страну**  
// NEWSru.com // В мире // 15 августа 2008 г.

**Каталог NEWSru.com:**  
**Информационные интернет-ресурсы**

**Досье NEWSru.com:**  
СНГ // Грузия // Отношения с Россией

Информация собрана по источникам крупнейшей в России информационной службы "Интегрум"

Яндекс Директ [Дать объявление](#) [Все объявления](#)

**Реклама в интернете. Большой опыт** Реклама в интернете: полный комплекс услуг. Размещение, мониторинг, отчеты.  
[www.admm.ru](http://www.admm.ru) · Москва

**Хочешь дать рекламу в интернете?** Здесь профессиональная настройка для успешной интернет рекламы! Заходи!  
[www.intelbib.ru](http://www.intelbib.ru)

**Бизнес курсы в Сочи!** Все о рекламных баннерах на выездном семинаре MBS! Отдых и курсы!  
[mbschool.ru](http://mbschool.ru)

**Готовимся к осени!** Нужна новая вывеска? Изготовление, регистрация, монтаж!  
Адрес и телефон: [www.stroimsnami.ru](http://www.stroimsnami.ru)

**Новые факты о целебной силе соды**

**Человек поддержал Россию**

**Новый состав сборной Италии на чемпионате мира**

**Дизайнер Мигелью проведет во Флоренции один сезон**

mail.ru Поиск Mail.ru Олимпиада Игры Знакомство Новости Поиск Все проекты

Поиск в интернете:  [Найти](#)

Сейчас идут 26 июля - день парашютиста

Новости Москва Спорт Авто Еда

Масштабная проверка автодорог пройдет по всей России

Генеральная прокуратура России организовала проверку исполнения закона при строительстве и содержании автодорог

Мадриде: земли в РФ придется приватизировать

На члене 1 млрд руб. планируют при строительстве КАД

МВД выступит против легализации короткоствольного оружия

Дин Адонис оказался от итальянской задержки

На острове пещерные рисунки селотропические востры

**Игры**

Плеер [Найти донора](#)

Бойберы [Скачать энциклопедию](#)

Скачанный мир, созданный по мотивам скандинавских легенд, оживает в твоих руках.

Классические игры 12 [Мини-игры 65](#)

Браузерные игры 18 [Полуплатные 14](#)

20:21 Сегодня в новостях Москва

1. Спецоперация в Таджикистане унесла жизни 52 человек
2. Украинский актер Б Ступка похоронен на Байковом кладбище Киева
3. Мар Нальчика временно доставлено в больницу детского сада
4. Складен с лифтом на Урале: парадокс, драматичность, с лифтом
5. Мадриде провал попытки легализации оружия

Поиск:  [Найти](#)

Например, книги на заданную тему

**СБЕРБАНК**

В Москве 24 июля, вторник, 20:21

**Карта Москвы** Спутник/аэро Стороны/аэро Стороны/аэро

Авто ил. Москва, 2008 года

Недвижимость №1 Москва до 3108.000

Музыка 41 до 10.000

Для Спорт Бизнес

Директ — генератор продел для компаний

Справочник — клиенты, цены, не пропуст

Делать Mail.Ru Метрика

**Сегодня в блогах**

1. Художник изложил себе рот в подвалу Дмитрия Руб
2. Мобильные телефоны прислали деловым ассоциатам, создав персоналы
3. Пленка Евгений Немкин похоронил в Байковом

медийная реклама



## ФОРМУЛА УСПЕШНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ вашей компании в социальных сетях

$$(f + B + \text{g} + \text{t} + \text{i} + \text{g}+) * \text{SKYLOGIC creative group} = \text{trophy}$$

### Google+

Относительно молодая, но активно развивающаяся социальная сеть. Идеально подходит для того, чтобы делиться новостями и событиями.

**АУДИТОРИЯ: 25-36 ЛЕТ**

### Instagram

Одна из самых популярных социальных сетей. Можно рекламировать товары или услуги посредством размещения фотографий, поиска подписчиков, лайков и #хештэгов.

**АУДИТОРИЯ: 16-32**

### Twitter

Набирает оборотов популярности. Отличное место для рекламы нового товара и продвижения услуг компании.

**АУДИТОРИЯ: 23-44 ЛЕТ**

### Facebook

Самая многочисленная социальная сеть во всем мире. Рекламу бизнес и продвигать товары можно при использовании персональных страниц и сообществ.

**АУДИТОРИЯ: 24-40  
ПЛАТЕЖЕСПОСОБНАЯ**

### ВКонтакте

Самая крупная социальная сеть в СНГ. Продвигать товары и услуги можно при использовании контекстной рекламы, группы или приложения. Подходит для бизнеса любой тематики.

**АУДИТОРИЯ: 15-38 ЛЕТ**

### Одноклассники

Одна из наиболее популярных социальных сетей русскоговорящего сегмента интернета. Строгая модерация рекламы. Главный инструмент раскрутки – группы и приложения.

**АУДИТОРИЯ: 25-58 ЛЕТ  
ПЛАТЕЖЕСПОСОБНАЯ**

[Подробнее о продвижении сайта в социальных сетях](#)



## РЕКЛАМНЫЕ ПРИЕМЫ

### 1. Эффект благодарности.

Мало кому нравится чувствовать себя должником. Поэтому, когда мы получаем какой-то подарок, пусть мелкий, пусть даже ненужный, нам хочется дать что-то взамен. Фирмы, выпускающие косметику, сигареты, канцелярские товары, различные пищевые продукты, нередко устраивают в магазинах, а то и прямо на улице бесплатную раздачу или дегустацию образцов своей продукции. После этого многие покупатели чувствуют себя обязанными купить товар.

**2. Эффекты цифр:** «неокругленные цифры»; «приятные глазу цифры»; «эффект порядка»; восприятие процентных различий; величина скидки.

- **«Неокругленные цифры»** – 9,99 рублей
- **«Приятные глазу цифры»** – это цифры с округлой формой: 3, 6, 8, 9, 0

**3. «Эффект порядка».** Цены, которые видит покупатель, по-разному влияют на его восприятие. Это влияние зависит от последовательности, в которой они представлены. Специалисты пришли к выводу, что при формировании относительных цен покупатели приписывают больший вес тем ценам, которые они увидели первыми в ценовом ряду.

**4. Восприятие процентных различий.** Данный прием базируется на законе Вебера-Фехнера: покупатели ощущают ценовые различия в процентном соотношении иначе, чем в абсолютном, основываясь на оценке различий относительно базового уровня цены.

**5. Величина скидки.** Нормально покупателем воспринимается скидка в диапазоне от 5 до 30%. Скидка менее 5% даже на больших суммах не дает значительной экономии, способной привлечь покупателя. Скидка более 30% неосознанно вызывает у клиента подозрение: если товар хороший, почему продавец готов расстаться с ним по такой низкой цене? А может, до распродажи цены были неоправданно завышены, раз сейчас их так легко снизили почти вдвое? В любом случае подобные размышления пойдут не в пользу продавца и оставят в душе клиента неприятный осадок.

**6. Эффект подражания.** Довольно часто нам показывают в рекламе, как целые толпы штурмуют магазин, чтобы купить рекламируемый продукт или как друзья ссорятся за упаковку чипсов.

**7. Эффект привлекательности.** Широкое использование в рекламе фотомоделей и известных актёров, которые многим нравятся.

**8. Эффект авторитета.** Например, в рекламе зубной пасты появляется актёр в белом халате и заявляет, что эта паста 'рекомендуется всеми стоматологами'.

**9. Эффект цвета.** В зависимости от обстоятельств, тот или иной цвет психологически вызывает определенные чувства.

**Зеленый цвет** воспринимается как натуральный, "природный" цвет, поэтому используется в рекламе оздоровительных, фармакологических препаратов, линий лечебной косметики.

**Коричневый цвет** бессознательно делает упор на опытность и традиционность. Используется в рекламе товаров, главная характеристика и преимущество которых – традиционность. Коричневый акцентирует внимание на проверке временем, отсутствия легкомыслия.

**Черный цвет** в рекламе призван подчеркивать торжественность, весомость, важность товара, таким образом, «оправдывает» высокую стоимость эксклюзивной продукции.

**Белый цвет** используется вместе с холодными цветами, чтобы подчеркнуть «освежающие» характеристики продукта, отвечает понятиям «чистота», «стерильность».

**10. Эффект дефицита.** Мы больше ценим то, что нам недоступно. Поэтому правильно поступают рекламисты, вставляя в свои тексты фразы вроде «предложение действительно только до...» или «запасы товара ограничены».

## Приемы рекламы

- **Свидетельство «звезды»**
- **Все, как один!** - «Все пользуются этим товаром», «Все уже сделали это» и т.д. Многие не захотят остаться в стороне, и поступят также, как все.
- **Радость жизни и успех.**
- **Перенос.** ассоциативная связь между продуктом и привлекательным образом человека. Мы сопоставляем качество товара и прелестный образ.
- **Воздействие на органы чувств** - в рекламе используются яркие краски, приятные мелодии. Товар показывают красиво, эстетично, «вкусно».
- **Словесный блеск.**
  - Например, слово «Супер», «Экстра», «Жизнь» производят впечатление, несут сильный смысловой заряд.
  - Новые слова, термины привлекают своей новизной («сникерсни»).
  - Прилагательными в превосходной степени делаем товар желанным: «лучший», «великолепный», «удивительный».
  - Слова «элитный», «эсклюзивный», «уникальный» часто играют на чувстве неполноценности человека, желанием примкнуть к элите, получать все лучшее от жизни.
  - Использование броских неологизмов: «ты этого достойна», «оттянись со вкусом».
- **Юмор.**
- **Статистика.**
- **Подтасовка.**

### • Игра слов, каламбур



**сторителлинг** – какой-то рассказ (часто вымышленный) из жизни человека, в конце которого читателя подводят к необходимости купить определенный товар или воспользоваться услугой

Где брать идеи для сторителлинга – вот несколько вариантов:

#### **Расскажите свою историю успеха.**

Как пришли в профессию, как открыли свое дело, путь от точки А в точку Б. Старайтесь не вдаваться в скучные подробности, но не забывайте кратко описать трудности и ошибки – это всегда интересно пользователям. Можно даже рассказать о какой-то неприятной ситуации, но обыграть ее и показать, как из нее грамотно вышли и свою экспертность.



**Клиенты и их отзывы.**

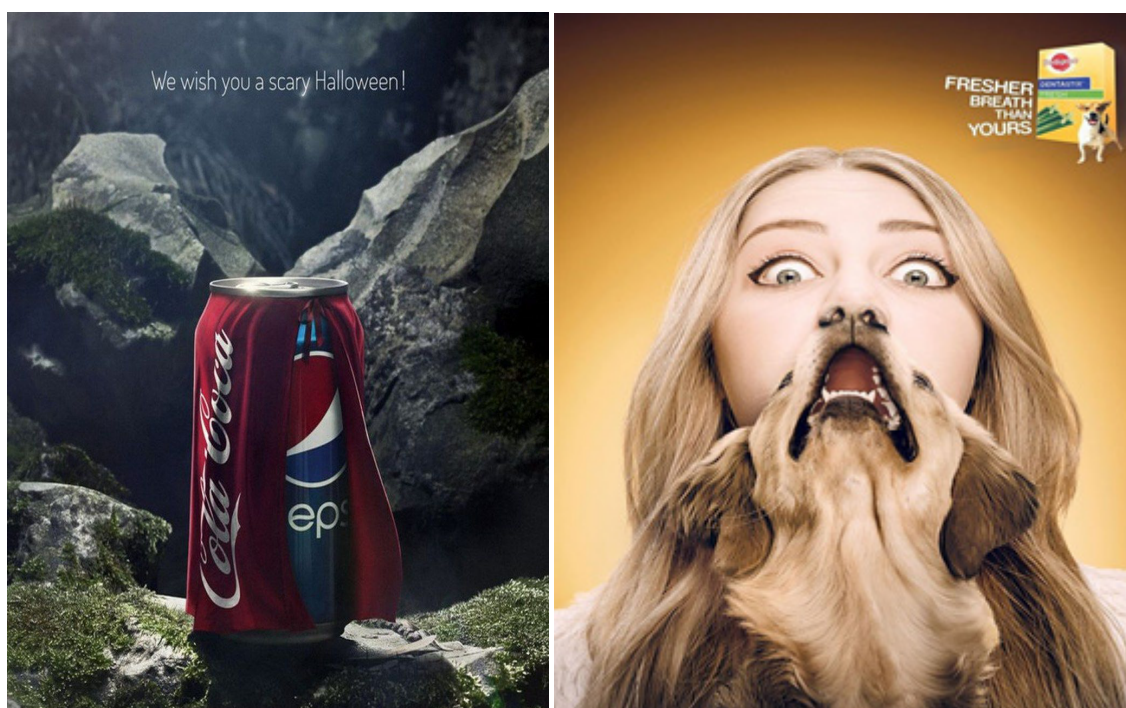
Обратная связь от клиентов очень важна, она позволяет подкреплять положительный имидж в глазах потенциальных клиентов, особенно если человек расскажет, как справился с какой-то проблемой при помощи вашего продукта или услуги.

**Личные мысли.**

Чтобы быть ближе к пользователям, старайтесь иногда делиться вашими переживаниями, мечтами и что вами движет. Расскажите, как хотите совершенствовать свое дело на благо или про мечту открыть филиал в другой стране. Мотивация и страсть к собственному бизнесу заряжает, ведь когда видно, что владелец «болеет» своим делом – это притягивает клиентов и работает на репутацию.

**Герой бренда.**

Придумайте рекламный персонаж, который будет выступать в роли посредника в коммуникации между вами и клиентами. Для персонажа всегда легко придумать какую-то интересную вымышленную ситуацию, в которую он попал.

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ**

1. Несмотря на то, что понятие соцсеть стало часто использоваться в текущее десятилетие, оно появилось очень давно. Социальная сеть – это структура, состоящая из массива узлов, которые представлены социальными объектами (людьми, группами или организациями) и взаимосвязями между ними. Термин, который позже получил широкое распространение во многих гуманитарных областях знания, ввел в обращение Джон Барнс в 1954 году. Исследование же общества как тесного переплетения социальных связей и конфигураций (то есть со стороны социологии и психологии) началось еще в тридцатых годах двадцатого века.

С появлением Интернета понятие значительно расширилось. Теперь социальная сеть – это ресурс, созданный с целью познакомить и обеспечить общение людей с похожими интересами или социальными связями. Существует несколько видов подобного рода сайтов, многие из которых отличаются своими характерными особенностями. Так, социальная сеть – это веб-сайт, предназначенный для организации и отражения социальных отношений между людьми.

Как инструмент продвижения соцсеть используется повсеместно. Таким образом из способа проведения досуга сегодня соцсети открывают возможности для развития бизнеса с минимальными затратами денег и времени. Поэтому следует подробнее проработать основные элементы соцсетей.

### **Что такое хештег**

Хештег или хэштег (англ. hashtag, hash – символ «#») – это слова (или фраза), перед которым ставится символ «#».

При помощи хештегов пользователи имеют возможность объединить группу сообщений по теме или типу. Это позволит при поиске по хештегу, получить группу сообщений, которая его содержит.

Короткие сообщения в социальных сетях (Twitter, Facebook, ВКонтакте, Instagram и др.) могут помечаться хештегами, внутри которых располагается одно или несколько объединенных слов.

Свойства хэштега:

- Выделять главную мысль сообщения, используя ключевые слова.
- Группировать информацию по темам.
- Обеспечивать быстрый поиск по интересующим темам.

Допустим, у вашей компании есть открытый аккаунт, или «паблик», в соцсетях; использование хештегов сделает ваши публикации доступными всем, кому интересно то, о чем вы пишете. Теперь ваша аудитория не ограничена имеющимися подписчиками; ваш контент могут найти другие пользователи, которым интересны темы ваших постов. Если вы правильно подберете хештеги, вам удастся привлечь тысячи потенциальных подписчиков, «поклонников» и клиентов.

Выбираем правильный хештег

Все, что вам нужно сделать, чтобы создать хештег, – это поставить # перед подходящим словом или фразой. Вы можете добавить хештег в любое место в публикации: в начало, в середину или в конец. На самом деле это не столь принципиально, главное, чтобы хештеги были релевантными, так как при правильном использовании они могут стать очень мощным инструментом. Ничто не раздражает пользователей так, как публикации, перегруженные хештегами или содержащие громоздкие теги, вроде #какаяпровелсвоелето. Постарайтесь придерживаться золотого правила, что количество используемых хештегов не должно превышать 2-3 на одну запись в Twitter. В Instagram можно использовать до 5 тегов. Всегда используйте простые, уникальные слова, относящиеся к теме публикации.

Контентные хештеги: если вы впервые работаете с хештегами, начните с использования ваших брендовых слов, т.е. названия компании, продукта или услуги. Таким образом, ваш бренд станет известен потенциальным клиентам, ранее не сталкивавшимся с ним. Например, нью-йоркский ресторан MadisonBistro умело сделал хештеги из названий предлагаемых продуктов ((#coffee, #breakfast – кофе, завтрак) и географического положения (#nyc), добавив к этому ссылку, которая ведет на меню ресторана, размещенное на их странице в Facebook. Уже одного этого твита было достаточно, чтобы рассказать о себе пользователям



Twitter и в то же время привлечь в свое заведение любителей кофе, которые могут стать потенциальными клиентами в Нью-Йорке.

Трендовые хештеги: еще один отличный способ рассказать о вашей компании – это использование хештегов, которые уже стали популярными среди миллионов пользователей и попали в список «трендовых» хештегов. Но прежде чем использовать такой хештег, задайтесь вопросом, сможет ли ваш пост «влииться» в существующее обсуждение темы. Если публикация никаким образом не относится к теме, она скорее всего будет проигнорирована и потеряется в потоке постов. Однако если ваша запись информативна, забавна или является «вирусной», пользователи будут делиться ей, а это значительно расширит охват аудитории.

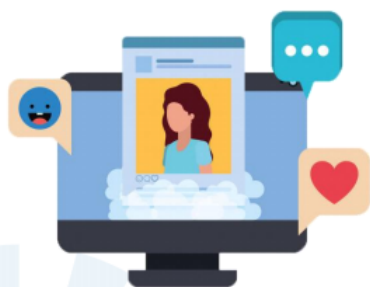
Брендовые хештеги: основная проблема при использовании популярных или общих слов в качестве хештегов – это то, ваша публикация теряется среди сотен других постов с тем же хештегом. Поэтому вам стоит заняться созданием своих собственных брендовых хештегов. Они могут быть использованы для продвижения самого бренда, промо-кампаний, событий, конкурсов и других маркетинговых мероприятий.

Например, на свою сотую годовщину компания Oreo использовала специальный хештег #oreomoment, и таким образом, люди могли делиться своими воспоминаниями, связанными с любимым продуктом. Этот хештег стал таким популярным, что собрал отклики сотен пользователей. Вскоре хештег, изначально использовавшийся как брендовый, попал в список «трендовых» хештегов, так как огромное число людей (и компаний) использовали #oreomoment в своих постах.

Эффективный брендовый хештег – это тот, который ассоциируется только с вашей компанией. Сделайте его уникальным и запоминающимся. В брендинге используйте короткую фразу или слоган (например, KitKat использует фразу #haveabreak – «сделай перерыв»). Создавая хештеги, связанные с определенной маркетинговой кампанией, дайте пользователям убедительный стимул для их использования. Например, вы можете предложить скидку или возможность выиграть приз за использование брендового хештега. Так, ваша компания сможет извлечь выгоду из вирусного маркетинга.

**Инструкция: Как ставить самые популярные Хештеги в Инстаграм**  
<https://instagrammar.ru/teksty/samie-populyarnie-heshtegi-v-instagram>

## ОФОРМЛЕНИЕ СТРАНИЦЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



- Указание сферы деятельности
- Подтверждение: опыт, образование
- Предложение для аудитории
- Способы связи
- Ссылки, сохраненные истории

### Основные способы позиционирования сообщества:

- позиционирование по бренду;
- позиционирование по интересам;
- смешанное позиционирование.

Позиционирование по бренду на данный момент выбирает большинство владельцев бизнеса, которые хотят продвигаться Вконтакте. Суть его в том, что когда вы заводите группу, вы в открытую говорите, что вы «Интернет магазин постельного белья» или «Семейный адвокат» или «Промсвязьбанк». То есть человек, который приходит к вам, сразу понимает, что он попал в коммерческое сообщество. По сути, в данном случае ваша группа это некий аналог сайта с соответствующими атрибутами: бренд отражается в названии и на аватарке, везде указаны контакты для связи, в обсуждениях есть прайсы на ваши услуги, в фотоальбомах выложены ваши товары и т. д.

Однако у этого вида позиционирования есть серьезные минусы. Самый главный – в такое сообщество люди вступают довольно неохотно. Исключения составляют разве что крупные раскрученные бренды, вроде «Мегафона» или «Сбербанка». К таким группам люди присоединяются хотя бы для того, что выплеснуть весь свой скопившийся негатив. Вообще для крупных брендов сообщество Вконтакте нужно не столько для увеличения продаж (их, кстати, довольно проблематично посчитать, так как постоянно примешивается «шум» от других крупных рекламных каналов, например от телевизионной рекламы), сколько для получения обратной связи от клиентов и «отработки» негатива. В большинстве же случаев ваш бренд никому неизвестен, вы собственно и приходите в социальные сети для того, чтобы эту известность получить.

Однако социальные сети устроены таким образом, что в первую очередь люди приходят туда общаться, развлекаться, получать какую-то полезную информацию. Но не покупать или заказывать услуги! Для этого есть поисковые системы или яндекс-маркет. Посмотрите на свою личную страницу? Много у вас новостной ленте коммерческих сообществ? Предполагаю, что если они и есть, то контент этих групп представляет из себя действительно что-то интересное, а не только постинг сплошных коммерческих предложений.

Второй минус напрямую вытекает из первого. Так как люди вступают в группы неизвестных брендов гораздо хуже, стоимость привлечения участников серьезно возрастает. Впрочем, тут есть интересный нюанс. При коммерческом позиционировании, люди могут не вступить в сообщество, но зато сразу сделать звонок или заказ через личку.

Вы можете позиционировать свое сообщество по интересам. В этом случае во главу угла ставится не ваш бренд, а близкая к нему тематика. Допустим, если вы хотите продавать спортивное питание, то можете создать группу «Клуб любителей бодибилдинга», потому что именно эта аудитория заинтересована в подобных товарах. Если ваша ниша – детские товары, то создаете сообщество «Клуб молодых мам».

Основная задача вовлечь в сообществе вашу целевую аудиторию, чтобы в последствии продать ей свои товары и услуги. Чистое позиционирование по интересу подразумевает то, что ваша целевая аудитория вообще не догадывается, что группа принадлежит вашему бренду. В сообществе нет ваших контактов, нет отзывов, нет выложенных товаров. По сути, в данном случае мы имеем дело с одной из разновидностью «скрытого маркетинга».

Коммерческие посты в группе выглядят как сторонняя реклама, но просто по какому-то счастливому совпадению, это реклама регулярно ведет на ваш сайт. Да, какие-то люди со временем догадаются, что здесь «что-то нечисто», но их будет не так много.

Третий вид позиционирования сочетает в себе элементы первых двух типов. С одной стороны, как и в случае с чистым позиционированием по интересам, вы посвящаете ваше сообщество какой-то определенной «некоммерческой теме» (клуб молодых родителей). С другой в нем есть и коммерческие элементы: отзывы о ваших услугах, условия заказа, фотографии ваших товаров или портфолио.

При выборе этого вида позиционирования вы регулярно даете полезный тематический контент, периодически разбавляя его прямыми продажами.

В данном случае, если контент действительно полезный, уникальный и актуальный, будет расти ваша репутация как экспертов в нише и соответственно общая лояльность. Вашему мнению будут доверять, к советам прислушиваться и самое главное это все будет соотноситься с продвигаемым брендом.

Важно понимать, что в современной ситуации при выборе между двумя одинаковыми коммерческими предложениями выбирают тех, у кого больше авторитета в своей области. Смешанное позиционирование в случае правильной работы как раз позволяет его накапливать.

Это позиционирование позволяет найти тот самый компромисс между коммерцией и развлечением.

Как можно зарабатывать с помощью соцсетей

- Накрутка
- Продажи хенд-мейда
- Клики
- Ведение блогов, групп

Контент это любое информационное наполнение чего-либо (картинки, текст, видеоролики и т.д.) (англ. content – содержание). По отношению к Интернету обычно имеют в виду контент сайта или странички, т.е. всё, что предстаёт перед глазами пользователя, что он может почитать, посмотреть или послушать. Контент можно разделить по происхождению:

- копирайт (вообще изначально это рекламные, продающие статьи, но сейчас под этим часто подразумевают просто написание статей с нуля);
- рерайт (переписывание статей своими словами);
- копипаст (банальное воровство чужих статей – так делать нехорошо);
- синонимизация (замена слов синонимами в ручном, или автоматическом режиме с помощью программ и скриптов);
- перевод с других языков (людьми, либо программами-переводчиками с последующей коррекцией. По сути – это плагиат, но новости не являются объектом авторского права.);
- скан (сканирование печатных изданий. Нарушение авторских прав, карающееся законом.);
- пользовательский контент (комментарии пользователей, отзывы, сообщения на форумах).

Перед тем как начать какое-либо продвижение вашего сообщества в инстаграм или других социальных сетях, следует четко определиться, для каких задач оно вам нужно и как вы будете его позиционировать.

**Уникальное торговое предложение (УТП)** – это ваше уникальное отличие от другой компании или других товаров, которым может выделить вас клиент и сказать: «Вау, вот это предложение!»

Вам нужно ОЧЕНЬ хорошо знать свою компанию и свой продукт, чтобы сделать по-настоящему хорошее предложение. Поэтому составление УТП с новыми сотрудниками не очень хорошая идея. Хотя новички могут внести новые предложения, так как обладают свежим незамыленным взглядом.

Вам нужно ОЧЕНЬ хорошо знать свою целевую аудиторию, так как в идеале формирование УТП должно, в первую очередь, базироваться на критериях выбора клиента, тех, которые для них по-настоящему важны.

- крупный заголовок;
- уникальные свойства товара;
- выгода для клиентов;
- призыв к действию.

Например: Легко и просто», «Закажи прямо сейчас уникальный мешочек СПА для очищающих и питательных процедур овсяными хлопьями за 99 руб до 2 февраля!»

Несколько классических примеров – практики мировых брендов:

Шоколад, который не тает в руках – M&Ms.

Comet. Отчистит пятна, с которыми другие не справятся.

DodoPizza – Доставим пиццу за час или бесплатно.

## ИСТОЧНИКИ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ



- Анализ Яндекс.Метрики и Google Analytics
- Email-опросы
- Опросы в группах соц. сетей
- Анкетирование существующих клиентов
- Мониторинг отзывов
- Изучение подписчиков групп в социальных сетях
- Форма опроса на сайте
- Запросы в поисковиках
- Тематические форумы и блоги
- Анализ конкурентов
- Профильные СМИ

## ТЕМА «УПАКОВКА ПРОДУКТА»

Вы задумывались о том, почему Вас так тянет купить бутылочку Coca-Cola, а не обычного «Буратино»? Конечно, Coca-Cola вкуснее. Но так ли это? Если посмотреть на состав обоих напитков, то они не так уж и различаются. Только вот 1 литр Coca-Cola стоит 80 рублей, а наш родной «Буратино» – 15 рублей за 1 литр.

Всё дело в «упаковке продукта». И речь идет не о этикетке или модной бутылке (хотя это тоже немаловажный аспект). Дело в том, что упаковать продукт или же целый бизнес можно и нужно с точки зрения маркетинга и того с чем продукт или бизнес будет ассоциироваться в головах людей. Почему они должны купить именно Ваш продукт. Почему это правильно. Почему это модно. Почему это качественно.

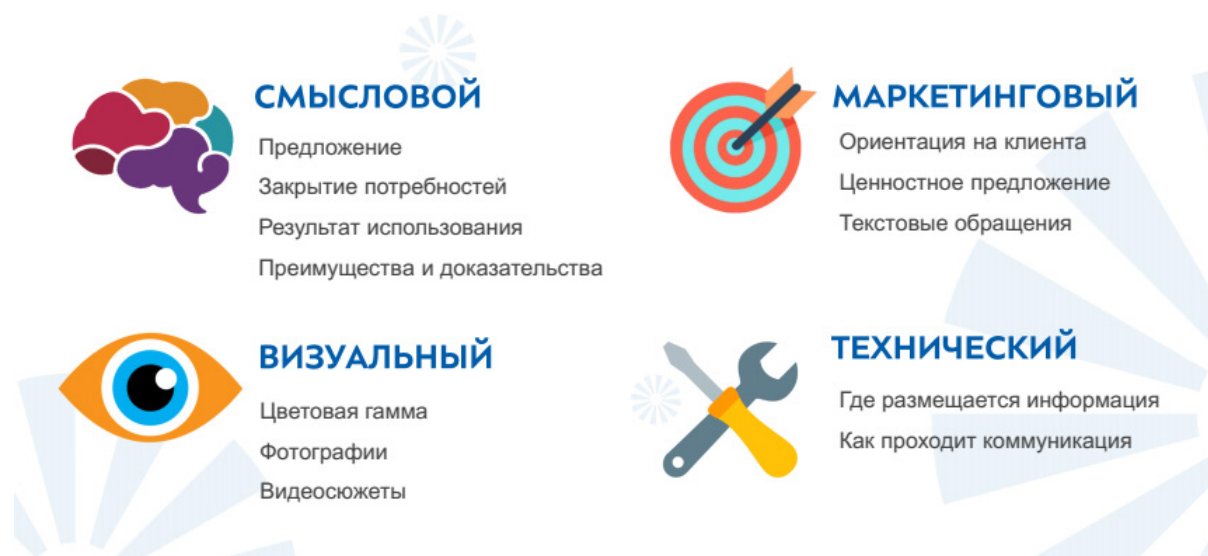
Что видит Ваш потенциальный клиент в первую секунду знакомства с вашими услугами или продуктом? Логотип, Название, Фирменный стиль, Страничку в соцсетях. Эти элементы очень важны для успешных продаж и получения максимальной прибыли для бизнеса.

Известно, что человек обычно принимает решение не более чем за 10 секунд, после них уже идет «вода» в голове. Важно заинтересовать его именно в эти самые 10 секунд.

В современном мире престиж, доверие и гордость любой компании – это правильная упаковка бизнеса и чем раньше это понимают владельцы бизнесов, тем быстрее они приходят к самым высоким результатам, оставляя своих старомодных конкурентов далеко позади.

Упаковка бизнеса – это комплекс мероприятий, направленный на привлечение целевого клиента, его удержание и стимуляцию совершения покупки. Это та оболочка, которая помогает добраться до сути предлагаемых вами ценных продуктов или услуг. Эта оболочка многослойна.

## Слои упаковки продукта



1. Смысловой слой – это суть. Это тот слой, который доносит до вашего потенциального клиента вашу экспертность. Она может заключаться в конкретных цифрах – опыте, наградах, масштабах проектов и так далее. Очень важно не врать в этом вопросе иначе можно неплохо подпортить свою репутацию, но и не хвастаться сильно иначе можно оттолкнуть клиента.

2. Визуальный слой – это Ваше лицо в глазах потребителя. Правильный и привлекательный дизайн, который поможет Вам донести тот самый Смысловой слой так, как Вы это планировали. Ведь будет обидно, если Вы например обладаете наградой лучшего дизайнерского агентства года, но Ваш сайт сделан очень некачественно, дешево и старомодно.

3. Технический слой – это удобство и скорость, с которой клиент может получить информацию. Как быстро вы отвечаете на сообщения и комментарии в соцсетях, к примеру. Если ваш конкурент делает это мгновенно, а вы – спустя неделю, то, вероятнее всего, клиенту надоест ждать ответа на свой вопрос, и вы потеряете его. Ему без разницы где покупать, ему главное время. В бумажном виде – это удобство изучения листовок, которые вы раздаете, объявлений, которые расклеиваете. Они должны быть привлекательны и без орфографических и грамматических ошибок. Это очень важный пункт «упаковки бизнеса».

4. Конверсионный слой или же по-простому то, чем Вы привлекаете внимание. Есть определенные правила где и как расставлять эти самые так называемые «капканы». Например, если на вашем сайте человек проводит минуту и не знает что делать дальше, то у него всплывает окно, где Вы предлагаете ему оставить свой номер телефона, чтобы Ваш менеджер дал ему бесплатную консультацию. Эти методы работают на 100%. Поверьте.



5. Аналитический слой – это Ваш личный слой. Другими словами Вы должны постоянно анализировать свои ошибки и исправлять их, чтобы исключить потери клиентов, а в совершенстве и прибыли. Например, простомр статистики в инстаграм или установка Вебвизора от Яндексa на сайт поможет посмотреть почему пользователь ушел с сайта. Возможно ему не понравилась какая-то надпись или картинка. Анализ также очень важен в любом бизнесе, ведь нельзя сделать что-то идеальное сразу. Нужно постоянно улучшать то, что уже сделано.

Давайте представим на примере ТОРТИКА, который вы собираетесь подарить своему другу. Все любят сладкое? Отлично.

У вас есть торт с вкуснейшей шоколадной начинкой и кремовыми розочками. И коробка, которую вы решили украсить розовыми сердечками и бантиками. Не забудем приложить открытку.

Если мы проведем аналогию с понятием упаковки бизнеса, то:

- Торт с начинкой – это то что «внутри» бизнеса, его смыслы и идеология:
- Понимание кто клиент, его ценности и потребности – продукты, которые приведут его к результату
- Уникальность – личность предпринимателя, особенный опыт, подход, технологии, методики и т.д.

Это совокупность всего, что является ценностью для клиента, которую мы хотим отдать и получить взамен вознаграждение в виде денег – как основной цели любого бизнеса.

Поэтому, 1-й этап упаковки – Смыслы и ценности нужно вытащить и упаковывать с помощью ТЕКСТОВ. Продающих, вовлекающих, показывающих экспертность и т.д. – где какие нужны. И это одинаково важно как для платных, так и для бесплатных продуктов и услуг. Поэтому, вы подписываете открытку, пытаетесь передать в ней самые лучшие душевные порывы.

Бантики и розовые сердечки:

Когда мы дарим подарок, мы должны понимать вкусы человека, которому он предназначен. Нам нужно взять наш торт и сделать для него привлекательную подачу, наиболее подходящую случаю. Поэтому, коробку вы решили украсить розовыми сердечками и бантиками.

Кстати, вы не сможете заниматься украшением, если нет торта. Просто будет нечего украшать.

Как вы поняли, речь о визуальной части. Здесь важный момент. Дизайн создается – например, вокруг текста или какой-то структуры. Глупо купить бантики и подарочную бумагу, коробку, а потом думать какой к ним подойдет торт.

Точно так же неправильно делать дизайн, если сомневаетесь насчет содержимого. Иначе это потеря времени, денег, а результата ноль. Придете к тому, что все придется переделывать – снова вкладывать время, деньги, но теперь уже делать правильно.

Поэтому, 2-й этап упаковки – когда правильные тексты, наполненные смыслом, «заворачиваются» в привлекательный для клиента ДИЗАЙН.

Коробочка:

Коробочка с открыткой и бантиками – это упаковка. Именно она произведет первое впечатление и от нее зависит, захочет ли человек вообще открыть подарок.

По аналогии: у нас есть что-то важное внутри, например, классный продукт, но оценит и купит ли это человек – зависит от упаковки. Ведь упаковка может быть, как привлекательной, интригующей, которую приятно держать в руках, хочется раскрыть и посмотреть, что внутри, так и порванной, потасканной, выглядеть безвкусно и дешево, да еще и с банально подписанной открыткой. Во втором случае человек сухо поблагодарит и отставит ваш подарок к 12-ти таким же коробкам, так и не добравшись до содержимого – торта с вкуснейшей начинкой.

Есть еще 3-й этап упаковки – технический. От него зависит откроется или заклинит коробка. В общем, будет ли хорошо работать все, что вы сделали до этого.

*Основные ошибки при упаковке*

№1 Нет понимания целевой аудитории продукта

Представьте себе такую ситуацию. Компания занимается созданием сайтов «под ключ». И при этом тратит большие бюджеты на рекламу, например, по Краснодарскому краю, со всеми деревнями и сёлами. Понятное дело, что в 99% случаев такая реклама не сработает, так как для деревенских жителей такой потребности в принципе не существует. Такой компании нужно делать упор на города с населением от 100 000 человек, но и в них нужно делать упор на обеспеченных потребителей, технологичные выставки и так далее.

Если не подумать о целевом покупателе заранее, то получится, что мы продаем всем, а это в корне неправильно. Поэтому одним из главных вопросов правильной «упаковки бизнеса» является: Как показать свой продукт привлекательнее и качественнее, чем продукт конкурента? Это в свою очередь невозможно, если Вы не знаете свою целевую аудиторию. Портрет клиента даёт такие преимущества как увеличение продаж, уменьшение бюджета на рекламу, развитое сарафанное радио и повышение узнаваемости бренда.

[Pixabay](#) — бесплатный фотосток для поиска картинок для обложек.

[Pexels](#) — банк бесплатных фотографий

[Unsplash](#) — еще один фотосток для соцсетей.

[Pinterest](#) — поиск вдохновения.

[Designspiration](#) — поиск вдохновения.

[Logaster](#) — создание и скачивание логотипов

[Crello](#) — создание дизайнов для обложек соцсетей.

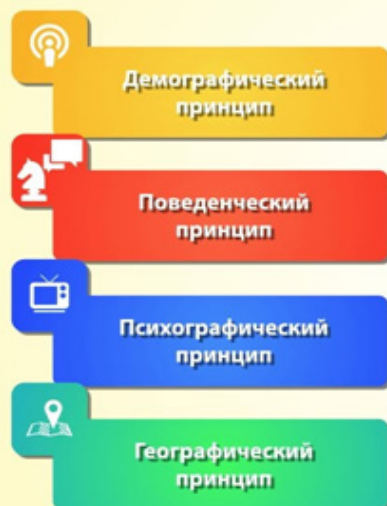
[Pablo.buffer.com](#) — поиск картинок и накладывание текста на них.

[Jaymantri](#) — абстрактные картинки для создание фонов обложек или постов.

[Coolors.co](#) — коллекции цветовых схем

<https://www.canva.com/colors/color-palette-generator/> - цветовые палитры и коллажи

## ЗНАЙ СВОЮ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ!



- Состав семьи
- Жизненный цикл семьи
- Уровень дохода
- Род занятий

- Мотивация при покупке
- Лояльность
- Информированность о товаре
- Удовлетворение потребностей

- Общественное положение
- Образ жизни
- Тип личности

- Регион
- Структура коммерческой деятельности
- Динамика развития региона



## №2 Определена целевая аудитория, но нет её сегментации

В большинстве случаев, сформировав определенную целевую аудиторию вашего продукта, Вы начинаете работать на него без разделения на группы. Это является не такой критичной ошибкой, но всё же может значительно сократить доходы компании. Впрочем, если Вы пока не готовы так сильно вдаваться во все нюансы правильной «упаковки бизнеса», то можно работать на одном из сегментов целевой аудитории. В некоторых случаях это работает.

Например, школа обучения английского языка может обладать несколькими разными курсами. Для школьников у них должен быть курс под названием «Подготовка к сдаче английского языка на ЕГЭ». Для более взрослой аудитории лучше разработать систему с названием «Курс английского языка для путешественника» и так далее. В этом случае Вы сможете захватить рынок сразу по нескольким сегментам целевой аудитории и тем самым получить больше заявок в своем бизнесе.

## №3 Не игнорируйте формирование доверия

Доверие к компании – это один из наиболее важных элементов, которые нужно прокачивать постоянно. У Вас никто не будет покупать, если Вы не внушаете доверия. Это понятно. Именно поэтому люди любят реальные отзывы, рекомендации своих знакомых и интересные готовые проекты. Наиболее важные советы можно сформировать так:

1. Показывайте только реальные отзывы от реальных клиентов. Желательно с фото, именем, компанией или же видео, если конечно клиент готов показывать себя. Подумайте о скидке клиенту, который даст Вам отзыв – это поможет Вам заработать больше в будущем.

2. Работайте с отрицательными отзывами, не откладывая их в долгий ящик. Если появился такой отзыв, то свяжитесь с клиентом и попытайтесь уладить ситуацию сразу, чтобы этот отзыв не повлиял на ваши продажи.

3. Показывайте результат, которого добились Ваши клиенты, используя Ваш продукт. На сколько он удовлетворяет потребности реальных людей. Главное не обманывать Ваших потенциальных покупателей.

## №4 Не проведен детальный анализ конкурентов

Анализ конкурентов способен облегчить процесс «упаковки бизнеса» для новой компании. С помощью этого приема можно вытащить только сильные стороны в оболочке конкурентов и внедрить их в свой бизнес. Это рекомендуется делать на самых первых порах создания нового бизнеса. Преимущества здесь можно выделить такие:

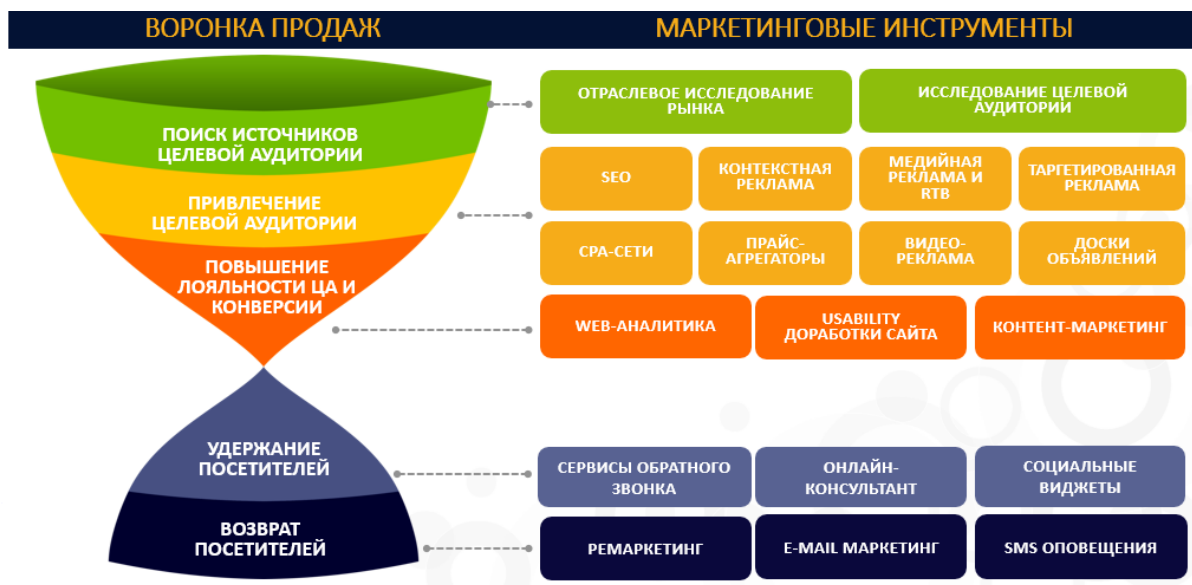
1. Можно избежать ошибок конкурентов и не повторять их в своей компании. Так же, как и подчеркнуть что-то хорошее, накопленное конкурентом за долгие годы.

2. Анализ позволит Вам создать уникальное торговое предложение, что позволит Вам выделиться и забрать часть потребителей на себя.

3. Анализ помогает сформировать макеты интернет – ресурсов, семантического ядра и подхода к работе.

## №5 Не нужно продавать дорогие продукты «в лоб».

Вы можете обладать уникальным продуктом, которые стоит хороших денег и действительно окупается в последствие, но это совсем не значит, что Ваш потенциальный клиент так же знает об этом. Важно показать, что Ваш продукт реально крутой, иначе Вас просто предпочтут более дешевому варианту. Продавать «в лоб» – одна из ошибок любого проекта. Для крупных продаж нужны личные встречи или переговоры, так Вы сможете более подробно описать свой продукт. Если же такой возможности нет, то нужно так «упаковать» свой бизнес, чтобы у клиента не возникало вопросов, почему он должен покупать именно у Вас.



Упаковка бизнеса или попросту бизнес «под ключ» это практически важнейший процесс, который нужно тщательно продумывать и прорабатывать на этапе планирования. От её успешности и реализации зависит чуть ли не 70% успеха всей компании. Выберет ли именно Вас потенциальный клиент или же уйдёт к конкуренту. Сможете ли Вы получать больше заявок из каждого пункта «упаковки бизнеса». Сможет ли Ваш сайт или медиа-кит продавать продукт без участия менеджеров и к Вам будут приходиться уже клиенты без лишних вопросов. На все эти и на многие другие отвечает именно правильная «упаковка бизнеса», поэтому отнеситесь к ней со всей серьёзностью.

**Ссылка на уникальные упаковки** <https://bigpicture.ru/?p=912378>

**Визитная карточка (визитка)** – традиционный носитель важной контактной информации о человеке или организации служит характерным показателем отношения человека к своей деятельности



**Буклет** – это рекламное изделие. Его главной особенностью является наличие сгибов, которые позволяют превратить листок бумаги в некое подобие небольшой книги с описанием товаров, услуг или мероприятий.



Количество таких сгибов зависит от объема информации, которую бы вы хотели донести до своих потенциальных клиентов, а также размера и количества фотографий или картинок.

**Маркетинг кит** – это полный комплект информации о вашей компании, предоставляемых услугах и товарах.

Это отличный инструмент для привлечения внимания потенциальных заказчиков, с его помощью вы можете раскрыть достоинства и преимущества сотрудничества с Вашей компанией.

Первая страница должна содержать информацию о возможных трудностях и проблемах клиента.

Например: «... В современном Городе , при нехватке времени и огромном выборе трудно подобрать идеальный для себя фитнес центр...».

Таким образом, вы обозначите сферу своей деятельности, проблемы заказчика и методы решения данных вопросов.

Следующий этап создания маркетинг кита включает в себя своеобразную саморекламу. Страница должна содержать информацию о преимуществах сотрудничества с вами. Чем вы лучше других компании? Почему следует обратиться именно к вам? Это могут быть, например, какие-нибудь дополнительные сервисы, бонусы, уникальные услуги.

Обязательная страница – кейсы, т.е. портфолио выполненных работ. Важно к каждому примеру работ сделать заголовок и красочное, подробное описание с картинками.

Читая грамотно составленные, профессиональные кейсы, клиент непременно заинтересуется и у него появится больше доверия к компании.

Далее заполняется страница «О компании». Здесь всё ясно. История создания, история развития, философия компании. Желательно писать доступным, «живым» языком. Можно добавить в описание смешную историю или привести интересный факт.

В этом случае понятие «чем проще – тем лучше» играет ключевую роль.

Люди ценят искренность и открытость.

Одна из важнейших страниц – это отзывы и рекомендации. Отзывы могут быть положительными или нейтральными. Это очень важно, ведь от этого зависит степень доверия будущего заказчика.

«Наш идеальный клиент». На этой странице вы можете рассказать об организациях, с которыми вы сотрудничаете, а также описать идеального клиента. Пример: «... Для нас идеальный клиент – это крупная организация, занимающаяся благотворительными инвестициями в развитие детского спорта...».

Следующая страница должна мотивировать клиента на дальнейшее сотрудничество и взаимодействие. Можно назвать её «Следующий шаг». Следует не только указать контактную информацию, но и предложить в качестве бонуса при заключении сделки какую-нибудь услугу, пробную версию продукта.



## ТЕМА «НАВЫКИ ПЕРЕГОВОРОВ. РАБОТА С ИНВЕСТОРАМИ И ПАРТНЕРАМИ»

**Инвестирование** стало достаточно распространенной современной формой заработка в нашей стране и за рубежом. Практически каждый человек задумывался над тем, чтобы вложить свои сбережения в какой-то проект. Но проблема привлечения инвестиций все равно является ключевой в России.

Для реализации бизнес-идеи зачастую требуются дополнительные средства. Они могут быть в виде вклада в уставный капитал. Вкладывая деньги в уставной капитал предприятия, инвестор покупает долю в бизнесе, становится соучредителем. Второй вариант – долговое финансирование. В этом случае инвесторы являются кредиторами. Все выделенные компании средства оформляются в качестве задолженности. И, наконец, банковское кредитование с залоговым обеспечением, предусматривающее получение заемных средств на определенный срок. В качестве залога могут выступать активы предприятия или собственность предпринимателя.

Как заинтересовать инвестора и мотивировать его сделать вклад? Для того чтобы человеку или представителю компании захотелось осуществить вложение в какой-либо проект, он должен убедиться, что для него этот проект выгоден. Это называется инвестиционной привлекательностью.

Считается, что для гарантированного привлечения вкладчиков в свой бизнес-проект необходимо пройти 4 последовательных шага. Если все будет сделано правильно, то вопрос, как привлечь инвесторов, больше не будет головной болью.

Шаг первый – выбор партнера, в надежности которого можно быть уверенным.

В первую очередь, чтобы найти вкладчика, необходимо представлять, как он будет реагировать на какие-то обстоятельства. Например, поведение инвесторов часто зависит от того, в какой стадии своего развития находится предлагаемый им бизнес-проект. В начальной стадии своего развития он не представляет для них особого интереса, поэтому поиск инвестора и инвестиций становится в это время самой большой проблемой.

Шаг номер два – грамотно донести информацию до целевой аудитории.

Проще всего осуществлять поиск вкладчиков в той же сфере деятельности, к которой относится проект, так как обычно в данном случае они будут чувствовать себя более уверенно и осведомлено, это облегчает привлечение инвестиций. Но бывает и такое, что один инвестор вкладывает денежные средства в абсолютно разных сферах.

Чтобы правильно подать свой проект, нужно хорошо его проработать, оформить в привлекательном для вкладчика виде с обоснованием всех его достоинств. Также в проекте необходимо указать общий объем инвестиций, который для него необходим.

Главная цель этого этапа – доказать инвестору, что проект ему выгоден, вполне реален и рентабелен. Успешность привлечения инвестора на этом этапе зависит от того, насколько хорошо вы подали свой проект.

Третий шаг – уверенное проведение переговоров.

Если в посланном резюме хорошо описан бизнес-проект, то возможный инвестор может предложить встречу. В первую очередь внимательно ознакомьтесь с его предложением, сопоставьте, совпадает ли оно с вашими потребностями.

Если предложение инвестора не особо заинтересовало, то можно немного потянуть время и подождать ответов других потенциальных вкладчиков.

К встрече подготовьтесь самым тщательным образом, чтобы не возникало никаких заминков при вашем ответе на вопросы инвесторов. Подготовьте и отрепетируйте устное представление своего предложения, себя и своей команды. Вы должны максимально ярко и энергично себя презентовать.

Шаг четвертый – подпись договора.

Привлечение инвестора и все договоренности, которые между вами были достигнуты, нужно документально закрепить. Это дает основание в случае несоблюдения договора притянуть к ответственности нарушившую ее сторону. Документальное подтверждение является завершающим этапом.



Чтобы зафиксировать все условия предоставления вклада, составляется документ, называемый «Условия сделки». Требования к его составлению:

- обозначение всех условий, которые касаются взаимоотношений между собственником проекта и инвестором;
- однозначность, четкость и недвусмысленность их написания, чтобы это не затрудняло в случае спорных ситуаций их трактовку;
- четкое и полное указание форм и объемов инвестиций, а также обозначение наказания за невыполнение условий договора.

### **Когда нужно искать партнера по бизнесу?**

Четких рамок для этого нет. Партнера можно искать на любом этапе построения бизнеса, но чаще всего их ищут именно на этапе возникновения проекта. Это связано с тем, что на новоиспеченного предпринимателя обрушиваются сложности, с которыми он не в состоянии справиться самостоятельно. И для решения этих проблем можно найти опытного партнера, который готов помогать бизнесу ресурсами и идеями, а также взять часть задач на себя.

Выделим основные причины, по которым предприниматели начинают искать партнеров для ведения бизнеса:

**Нехватка средств.** Часто бывает так, что у стартапа есть перспективная идея, но нет денег для ее реализации. В таком случае помочь бизнесу сможет богатый компаньон.

**Отсутствие управленческого опыта.** Если молодой предприниматель переживает, что у него недостаточно знаний в управлении бизнесом, то опытный партнер сможет помочь выстроить бизнес-процессы и наладить работу новой компании.

**Неуверенность в собственных силах.** Некоторые люди в силу особенностей характера всегда боятся начинать серьезное дело в одиночку. Они склонны к коллективной работе и практически не способны принимать решения самостоятельно. Таким предпринимателям гораздо комфортнее заниматься делом, когда рядом есть верный помощник.

**Проблемы с одним из основных направлений развития бизнеса.** Например, руководитель отлично разбирается в производственных процессах, но совершенно не умеет продавать и впадает в ступор при общении с потенциальными клиентами. В таком случае весьма кстати будет партнер, имеющий опыт в продажах и способный эффективно вести переговоры. Специалисты будут дополнять друг друга и успешно развивать стартап.

**Быстрый рост стартапа.** Если у компании интенсивные темпы роста, под которые предприниматель не способен адаптировать ритм работы компании, то справиться с этим ему поможет компаньон, который уже ранее имел подобный опыт.

Ни один человек не может одинаково хорошо разбираться во всех направлениях деятельности компании. Гораздо эффективнее найти партнера и разделить обязанности таким образом, чтобы каждый занимался знакомой ему сферой.

Если придется доверять такому человеку управление своим бизнесом или хотя бы его частью, то партнера нужно искать и выбирать тщательно. Так как от дальнейшего общения и работы с ним во многом будет зависеть будущее молодой компании.

### **На что стоит обращать внимание при поиске партнера**

В первую очередь, нужно искать партнера, который разделяет ваши ценности или хотя бы понимает их. Если вы и партнер будете смотреть в одну сторону в плане развития бизнеса, то шанс добиться успеха значительно возрастает. В противном случае, когда у партнеров нет точек соприкосновения, отсутствует взаимопонимание, увеличиваются шансы краха вашего бизнеса на основе конфликтов между партнерами.



Вы должны брать в партнеры людей, которым доверяете бизнес на 100%. Только в таком случае вам удастся выстроить хорошие партнерские отношения по ведению бизнеса. Если вам предлагает партнерство человек, которого вы мало знаете, постарайтесь его узнать поближе, и только потом принимайте решение.

Многие думают, что на 100% они уверены только в своих родных. Однако рекомендуем несколько раз подумать перед тем, как предлагать партнерство жене, брату, родителям или лучшему другу. Если вы не сможете ужиться и сработаться, то велика вероятность поссориться и потерять теплые отношения.

В семье нас обычно знают с хорошей, примерной стороны, но на работе иногда приходится вести себя совершенно по-другому. Жена может удивиться, когда узнает, что вы жесткий и требовательный руководитель. Не каждый может принять нашу “рабочую” сторону личности. К тому же вам обоим будет тяжело переключаться с деловых отношений на личные.

### **3 основных вида партнерства**

Партнерство всегда основано на выгоде. Просто так становиться партнером мало кто захочет. Поэтому важно заранее продумать, кто сколько ресурсов вкладывает в проект, и какой выхлоп в итоге получает от сотрудничества.

Предлагаем рассмотреть 3 основных вида партнерства:

#### **1. Партнеры инвестируют деньги, но не принимают участия в жизни компании**

Такое партнерство обосновано только при запуске дорогостоящих проектов, когда требуются большие инвестиции и финансовая поддержка бизнеса. Однако имейте в виду, партнер, который вкладывает много денег, рассчитывает получить их обратно в приумноженном виде.

Такой партнер будет требовать четкого отчета по поводу использования денежных средств. Зачастую таким партнерам важно, чтобы проект выстрелил, а как – его не интересует. Он просто хочет получить свою выгоду.

#### **2. Партнеры, которые инвестируют деньги и принимают участие в жизни компании**

Кроме инвестиций, такие партнеры могут привнести свои знания и опыт в ваш бизнес. Они могут не разбираться конкретно в вашей сфере деятельности, но могут владеть компетенцией в других областях: в маркетинге, финансах, HR и другое.

Такие партнеры обычно более заинтересованы в развитии вашего бизнеса и стараются помочь всеми ресурсами, которые у них есть.

#### **3. Партнеры, которые инвестируют только интеллектуальную собственность**

В этом случае вы сами выступаете инвестором, привлекая в партнерство человека, который обладает определенными знаниями, без которых ваш новый бизнес невозможно вести. Без данного специалиста компания может не получить активного развития.

У него будет сильная мотивация вам помочь. Однако у партнеров, которые вкладывают в проект свои личные финансы более ответственное отношение к компании.

Мы перечислили лишь основные виды партнерства, также вы можете привлечь партнера или сами стать им на других условиях. Все зависит от вас и от людей, которых вы сможете привлечь в свой проект.

#### **Ошибки при создании партнерских отношений**

Отсутствие доверия между партнерами.

Отсутствие сценария на случай прекращения партнерства.

Отсутствие сценария на случай дополнительных инвестиций, если бизнес план по поступлению наличности не выполняется.

Отсутствие четкой и понятной системы учета и анализа продуктивности.

Избежать многих из перечисленных ошибок можно, если договориться обо всем “на берегу”. Заранее обговорите с будущим партнером, что будет с бизнесом и вами, если что-то пойдет не так и в случае достижения успеха проекта.

Также лучше оформить все договоренности юридически. Так вы защитите себя и бизнес от неприятностей.

Мы обсудили, на что стоит обращать внимание при поиске партнера, как обезопасить себя от неприятностей партнерства. Пришло время поговорить о том, как выстраивать продуктивные и теплые отношения с партнерами, чтобы ваше общение и совместная работа только помогали процветанию бизнеса.

### **Как выстраивать отношения с партнерами по бизнесу**

Любые отношения – эта работа. Партнерские отношения – не исключение. Чтобы они не исчерпали себя, в них должны вкладываться обе стороны. Мы расскажем о 5 советах, которые помогут вам укрепить связи с партнерами.

#### **1. Будьте дружелюбным**

Улыбайтесь при встрече. Ведите себя уважительно по отношению к партнеру и будьте открыты. Мы неосознанно чувствуем расположенного к себе человека и в большинстве случаев начинаем предпринимать попытки, чтобы сблизиться с ним.

#### **2. Разговаривайте чаще**

Это самое простое, что можно сделать, чтобы мирно решить 99% конфликтов, которые возникают между партнерами. Иногда даже удивляешься, насколько люди глупые, мелочные и по меньшей мере странные.

Старайтесь общаться не только на рабочую тему. Пытайтесь узнать партнера как личность. Может вас объединяет не только работа? Постарайтесь сблизиться с партнером настолько это возможно. Вам так будет комфортнее решать рабочие вопросы и вы станете еще сильнее доверять друг другу.

#### **3. Считайте деньги**

Каждый партнер должен знать, куда уходят и откуда приходят деньги в проект, чтобы не возникало никаких разногласий. В плане финансов у вас должен быть абсолютный порядок с самого первого дня партнерства.

#### **4. Проявляйте заботу и поддержку**

Зачастую партнеры проводят вместе больше времени, чем с женами или мужьями. Для них работа становится второй семьей и неудивительно, что каждому хочется, чтобы его поддерживали. Это так по-человечески.

Не забывайте хвалить партнера за небольшие достижения: за классные переговоры, хорошую кампанию или что-то еще. Дайте ему расслабиться в отпуске, взяв его работу временно на свои плечи. Покажите ему поддержку и внушите уверенность в своих силах, покажите, что он может на вас положиться, и партнер ответит вам тем же.

#### **5. Не вините партнера в общих неудачах**

Старайтесь воспринимать любые неудачи адекватно. Не вините во всем партнера. Ведь плохие дни бывают у всех. Главное не опускать руки, проанализировать ситуацию и снова ринуться в бой.

Именно в бизнесе с партнером это обретает еще большую ценность. Когда ты один, то винить можно только себя. Когда рядом еще одна голова, то всю ответственность можно повесить на нее. Большинство так и делает. На этом и горят.

### **Секрет удачного партнерства**

Секрет очень простой. Выбирайте в партнеры правильных людей, которые разделяют ваши ценности, смотрят с вами в одну сторону и готовы работать так же самоотверженно, как и вы. Поиск такого партнера займет у вас немало времени, зато результат от такой совместной работы вас непременно обрадует.

Будем рады, если наши советы пригодятся вам в выстраивании долгосрочных и эффективных партнерских отношений.

*Практическое задание.*

*Пропишите возможных партнеров в количестве не менее 10. В ходе выбора партнеров необходимо определить, на чем будут строиться ваши партнерские отношения: что можно предложить взамен оказываемых услуг и какие услуги вы хотели бы получить от партнера.*

**Переговоры с партнерами, инвесторами и клиентами.** Важно во всех случаях это – безукоризненный внешний вид, вежливость и профессионализм.

#### **Подготовка к переговорам**

**Определите цель,** которую вы хотите получить в результате переговоров. Это может быть заключение сделки, нового договора, получение средств, соглашение о сотрудничестве. В процессе переговоров не позволяйте себе отступать от цели (возможны незначительные уступки, но не более).

**Подготовьте несколько вариантов развития переговоров** – в зависимости от того, какую линию будет гнуть собеседник (не забывайте, что у него тоже есть своя цель). Отрепетируйте их заранее, чтобы не попасть впросак.

**Позаботьтесь о внешнем виде.** Чем важнее переговоры, тем безупречнее вы должны выглядеть. Никаких футболок и шорт для мужчин (лучше деловой костюм или хотя бы рубашку с классическими джинсами) и декольте с мини – для женщин. Для прекрасного пола также необходим умеренный неброский макияж: боевой раскрас индейца не подходит. Начищенная обувь и ухоженные руки завершат ваш образ.

**Возьмите с собой необходимые атрибуты:** ежедневник и ручку – для записей, визитки и буклеты, презентацию в ноутбуке – для представления компании, бутылочку воды – промочить горло, бланки договоров – вдруг пригодятся! А вот телефон отключите, чтобы не отвлекаться.

**Совет: постарайтесь назначить встречу на вашей территории:** в офисе интернет-магазина. Это придаст вам уверенности. Если собеседник настаивает на нейтральной территории – кафе, например – выберите знакомое место. Если придется играть на чужом поле – подготовьтесь вдвое усерднее.

#### **Переговоры с партнерами**

Вашим партнером может быть новый поставщик, предприниматель из смежной тематики или просто заинтересованное лицо, с которым вы решили начать новый проект. Это игра на равных – оба партнера заинтересованы, как говорят, “во взаимовыгодном сотрудничестве”. Это значит, что никто никому ничего не должен, оба собеседника находятся в одинаковых условиях. От вас требуется соблюдение основных правил.

Итак, **правила успешных переговоров включают в себя следующие пункты:**

**Говорите четко, не вкладывайте в слова двойной смысл.** Вам понравится, если ваш потенциальный партнер будет говорить намеками и туманными фразами? Вот то-то же. Ве-

дите себя так же: если сказали “А” – значит, это “А”, а не “Б” или “В”. Особенно тщательно придерживайтесь этого правила в письменных соглашениях. Можно, конечно, наставить в договоре звездочек и прописать половину условий мелким шрифтом, но захотят ли потом иметь с вами дело? Слухи в бизнес-среде расходятся быстро: не губите свою репутацию.

**Будьте честными.** Правдиво расскажите о своем интернет-магазине, опишите преимущества и недостатки, поделитесь перспективами и планами на будущее. Рассказывайте все, кроме состояния банковского счета :)

**Уточняйте.** Бывает, что собеседник сам выражается туманно, что-то недоговаривает или перескакивает с темы на тему. Не стесняйтесь переспрашивать и уточнять – возможно, в деталях собака и зарыта.

**Будьте вежливы.** Даже если ваш предполагаемый партнер ниже вас по социальному статусу, не допускайте сарказма и панибратства: будьте подчеркнута корректны. Неизвестно, как повернется жизнь в дальнейшем: может быть, сегодняшний юнец ракетой взлетит вверх, а у вас, наоборот, дела пойдут не так гладко. Словом, помните про русскую поговорку “не плюй в колодец – пригодится воды напиться”.

**Не пытайтесь перетянуть одеяло на себя.** Есть мнение, что чем наглее вести себя на переговорах, чем активнее “продавливать” себе выгодные условия – тем лучше. В топку таких советчиков: так вы только заработаете репутацию хамоватого типа, с которым каши не сварить. А слухи в бизнес-среде... ну, дальше вы поняли.

**Дружба – дружбой, а табачок врозь.** Опытные предприниматели говорят, что с друзьями и хорошими знакомыми нужно быть наиболее осмотрительными. Оно и правда: другу сложнее отказать, проще уступить и понадеяться на его порядочность. А результат может быть непредсказуемым. Доверяй, но проверяй!

**Делайте записи.** Это правило, кстати, характерно и для следующих разделов нашей статьи. Заведите привычку записывать на переговорах наиболее важные тезисы. Они пригодятся вам после встречи, когда вы будете подводить итоги. Да и в завершение переговоров не лишним будет проговорить основные моменты и уточнить, правильно ли вы друг друга поняли.

**Совет: не падайте духом, если найти надежного партнера получится не с первого раза.** Люди разные: у каждого свое видение ситуации, свои методы ведения бизнеса, свои ценности, в конце концов. То, что нормально для вашего собеседника, может оказаться неприемлемым для вас. Главное – найти человека, с которым вы будете на одной волне – из таких получаются самые лучшие партнеры!

### **Переговоры с инвесторами**

Совсем другая ситуация: **вы зависимы от инвестора, а точнее – от его денег.** Мы уже писали о том, как найти инвестора для интернет-магазина. Осталось понять, **о чем же с ним говорить и как себя вести:**

**Не хвалитесь.** Инвесторы – серьезные дяди, они ведут переговоры постоянно и способны раскусить любое вранье. Представляете, сколько раз они слышали речи о том, что “у нас самый лучший стартап”, что “скоро мы обязательно раскрутимся” и “порвем рынок”? В лучшем случае такие разговоры вызовут усмешку, в худшем – с вами откажутся работать. Вам придется по-настоящему заинтересовать собеседника, чтобы получить желаемое – средства на развитие бизнеса.

**Не блефуйте.** Если у вас ноль начального капитала, отсутствуют единомышленники и партнеры, нет других инвесторов – так и скажите, возможно, ваша сила совсем в другом. Помните, что все слова проверяются – ни один инвестор не будет вкладывать деньги, не проверив стартапера под микроскопом.

**Давайте конкретику.** Не “миллионы оборота когда-нибудь потом”, а “мы выйдем на такой-то оборот через год: вот расчеты, вот бизнес-план”. Не “у нас самые лучшие поставщики”, а “вот список наших поставщиков: вот договоры, вот обязательства, вот поручительства”. Не “мы работаем по всей России”, а “мы осуществляем доставку в такие-то города, вот список”. Ну и так далее.

**Говорите о преимуществах вашего бизнеса.** Что толку плакать, что дело идет плохо, налоги повышаются, конкуренты одолевают – на прошлой неделе открылось еще пяток интернет-магазинов, и все по вашей тематике? Инвесторы прекрасно знают, как тяжело вести в нашей стране малый бизнес. Настройтесь на позитивный лад: расскажите, чем конкретно ваш магазин отличается от других и что конкретно вы делаете, чтобы оставаться на плаву.

**Не ругайте конкурентов.** Это для вас фирма “Рога и копыта” – прямой соперник, а для инвестора – всего лишь еще одна компания (а возможно, и больше: кто знает, может быть, инвестор сотрудничает и с ними тоже?). Если у вас есть гарантии, что вы уберете с рынка конкурента – так и говорите, подкрепляя доказательствами. Если есть конкурентные преимущества – скажите, какие. Бизнесмены оперируют цифрами, а не эмоциями. А еще лучше – подружитесь с конкурентами, проведите кросс-маркетинговые акции и расскажите об этом инвестору.

**Не заискивайте.** Другая крайность – с самого начала переговоров принять подобострастный тон и во всем соглашаться с инвестором. Даже если ваш собеседник намного опытнее – ведите себя достойно. Проявите себя как настоящий бизнесмен: с честью отвечайте на неудобные вопросы, покажите свою компетентность и знание рынка, проявите лояльность к конкурентам.

### И напоследок

Удачно провести деловые переговоры – это лишь начало долгого сотрудничества. Теперь все зависит только от вас (ну и еще от партнера).





## ТЕМА «ПУБЛИЧНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ. СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СЕССИЯ»

Первые 30 секунд служат анонсом к вашему выступлению. В течение первых 7 секунд люди решают, нравитесь вы им как человек или нет, а в течение 30 секунд вы даёте установку на то, чтобы вас слушали. Очень сложно, а иногда и невозможно изменить эту установку в ходе дальнейшего выступления.

Сделайте что-нибудь необычное, привлечите внимание публики так, чтобы ей захотелось слушать дальше. Если за эти 30 секунд люди решат, что вашу речь стоит послушать, их внимание будет приковано к вам, пока вы не покинете сцену.

Отличное публичное выступление влияет на многое в нашей жизни – успешное заключение договора, привлечение и удержание клиентов, общественное признание и многое другое. Сильное, уверенное выступление заставляет публику прислушиваться к каждому слову оратора, ловить его жесты и интонации. Виды публичных выступлений:

**Информационные выступления.** Речь во время информационного выступления должна вызывать у слушателей интерес. В таких выступлениях уместны простые техники описания, рассуждения, повествования. Основная цель – пробудить у слушателей любопытство, донести им новые знания. Самый распространенный пример – выступление у школьной доски.

**Протоколно-этикетные выступления.** Особое внимание в таких речах отводится поведению и настроению, а не словам оратора. Например: юмористическое шоу.

**Развлекательные выступления.** Данное публичное выступление предназначено для развлечения слушателей, предоставляя возможность улыбнуться и приятно проводить время.

**Убеждающее выступление.** Это самое сложное выступление – аудиторию необходимо в чем-то убедить. В зависимости от аудитории, нужно прибегать к эмоциональным и логическим доводам. Искусство убеждения является целью в выступлениях большинства ораторов.

### **Метасообщение:**

Информация, получаемая от оратора, складывается из двух частей:

- Вербальное сообщение – что передается через слова.
- Невербальное (метасообщение) – что передается через позу, мимику, жесты, голос

Согласно исследованиям воздействие на слушателей во время презентации в основном складывается именно благодаря невербальной коммуникации: **55%** – это **язык тела** (позы, движения, мимика) – около **38%** – **голос** (тон, интонации, ритм, тембр) и только около **7%** – приходится на **слова**.

**Основная поза оратора** – важно, чтобы вам было комфортно! Если классическая поза неудобна, ищите другую, чтоб она была для вас идеальной.

### **Контакт глазами:**

- Охватываем всю аудиторию
- По времени (в среднем 2-3 секунды; до контакта (улыбаются, кивнут, фокусируются)
- Хаотически (не очередями (расстрел слева-направо) А В ПРОИЗВОЛЬНОЙ ФОРМЕ)
- От сердца к сердцу (поворачиваемся корпусом. А не только глазами и головой)
- Усиления контакта (жест, приближение, риторический вопрос)
- Большие аудитории (делим на сектора)
- Крутой босс (больше внимание ему, но на остальных тоже смотрим)
- Ответ на вопрос (30% внимания – задающему вопрос, 70% на весь зал)

**Параметры техники речи** – энергетика, сила голоса, темп речи, четкость, дикция, произношение, слова-паразиты, паузы.

**Снижение волнения:**

- Дыхание (глубокий вдох-выдох)
- Физическая встряска перед выступлением (приседания – отжимание, напрячь мышцы – расслабить. Прыжок, танцы)
- Заводящий жест
- Управление фокусом внимания (смотрим на тех, кто поддерживает)
- Игры со значимостью (лучше быть на равных)

**Грамотные советы:**

- Дружелюбность
- Искренность (говорить правду, не бояться обидеть)
- Что понравилось (обязательно найти)
- Что добавить (как надо)
- Конкретика (совет лучше повторить, показать)
- Краткость (сразу и по делу, 2-3 самых важных момента)

Не менее важным условием эффективного выступления является обратная связь. Если выступление достаточно долгое, изобилует трудной для восприятия информацией, то внимание и степень усвоения материала слушателями постепенно снижается и теряется вовсе. Правильнее будет время от времени прерывать выступление, чтобы вернуть внимание к себе и к теме сообщения. Для этого можно спросить: «Вам понятно, о чем я говорю?», «Какие у вас есть вопросы? Что уточнить?», попросить аудиторию привести примеры по теме и т.д.



## 6 правил публичного выступления

1. Подготовка – это фундамент успеха
2. Определите интересы целевой аудитории
3. Учтите место выступления
4. Первое впечатление формируется 1 раз
5. Слушайте и смотрите обратную связь (реакцию слушателей)
6. Помните про цель выступления



## Как преодолеть страх?

### Несколько рекомендаций

- Знать, что страх может испытывать каждый и это нормально для человека
- Не бояться ошибиться
- Слушатели могут помочь справиться со страхом, если брать у них обратную связь
- Делайте видеозаписи и анализируйте себя сами и совместно с наставником (партнером, экспертом)
- Постоянно тренируйтесь, выступайте, записывайте аудио, видео, ходите в тренинговые группы, играйте
- Помните всегда о главной цели выступления
- Получайте удовольствие в процессе выступления
- Проработайте область своего признания и синдром «самозванца» вам не грозит



1. Чем старше вы будете становиться, тем чаще вам придется делать презентации. Презентации в виде слайдов помогают слушателям вашего доклада лучше понимать и запомнить то, о чем вы говорите. Ваши слова как бы закрепляются картинками, схемами, определениями, которые вы им показываете. Быстро и просто презентации можно оформить в программе PowerPoint.

Прежде чем составить презентацию, вам нужно очень хорошо продумать текст доклада. Он должен быть максимально кратким, но при этом понятным и главная идея должна сохраняться. Исходя из составленного текста выступления, вы оформляете презентацию.

Структура презентации обычно такая:

- Титульный лист (прописывается тема, автор работы)

- Введение (почему вы подробно рассматриваете эту тему)
- Основная часть
- Заключение (Выводы, к которым вы пришли)

Самая важная часть – основная. Вы должны сделать ее понятной даже тому, кто совсем не знаком с темой выступления.

Основные правила оформления презентации следующие:

1) Оформляйте текст и заголовки разных слайдов в одном стиле: одним шрифтом, в одном цвете и т.д. Можно использовать другой цвет, курсив или жирный шрифт, чтобы выделить что-то главное. Но чрезмерное использование таких приемов навредит восприятию слушателями.

2) Следите за тем, чтобы текст не сливался с фоном, учитывайте, что на проекторе контрастность будет меньше, чем у вас на мониторе. Лучший фон – белый (или близкий к нему), а лучший цвет текста – черный (или очень темный нужного оттенка).

3) Всегда указывайте заголовок слайда (название каждого слайда презентации). Отвлёкшийся слушатель в любой момент должен понимать, о чём сейчас речь в вашем докладе.

4) Размер шрифта для основного текста лучше выбрать от 24 до 28 (зависит от выбранного типа шрифта). Менее важный материал (дополнения и примечания) можно оформить шрифтом от 20 до 24. Помните, что экран, на котором вы будете показывать презентацию, скорее всего, будет достаточно далеко от зрителей. Презентация будет выглядеть меньше, чем на вашем экране во время создания. Отойдите от экрана компьютера на 2-3 метра и попытайтесь прочесть текст в презентации. Если слайды читаются с трудом, увеличивайте шрифт. Если текст не вмещается на один слайд, разбейте его на 2, 3 и более слайдов (главное, чтобы презентация была удобной для просмотра).

5) Не делайте слайды с большим количеством текста. Например, давая определение чему-либо на слайде дайте просто термин, а само его значение проговорите.

6) Постарайтесь подобрать подходящие изображения (фотографии, графики, схемы и т.д.). Во-первых, изображения рисунки позволяют привлечь внимание слушателей, во-вторых, помогают им лучше запомнить материал. Но слишком много рисунков (подряд на нескольких слайдах без текста) – это плохо.

7) Многие думают, что на заключении можно остановиться. Но есть простой ход, который вызовет положительные эмоции у слушателей: сделайте последний слайд с благодарностью за внимание!

Также очень важно помнить о правилах выступления со своим докладом и презентацией. Они приведены в следующей части данной главы.

3. В жизни любого человека (в том числе, предпринимателя) наступает момент, когда ему необходимо выступить с докладом перед публикой. Предпринимателю, например, нужно представить свою бизнес-идею потенциальным инвесторам. Известно, что публичное выступление – это главный человеческий страх (после страха смерти, конечно), а если делаешь это перед профессиональными спонсорами, которые имеют возможность претворить твою идею в жизнь (или убить ее), то тут можно вообще пасть духом. Подать стартап так, чтобы кто-нибудь выписал чек на крупную сумму, нелегко. Это умение, которое приходит со временем путем проб и ошибок.

Представляем вам несколько советов для успешной презентации.

1. Следите за временем. Времени в обрез, и, если вы не завоюете внимание аудитории первыми тремя слайдами, они тут же полезут в свой iPhone проверять сообщения Twitter. Оптимально время выступления 5-10 минут, потом внимание слушателей теряется.

2. Сразу переходите к делу. Что делает ваш продукт? Что вам необходимо в плане финансирования? Почему это может быть интересно им? Кроме продукта нужно презентовать и его потенциальные возможности. Они должны стать понятны уже к третьему слайду. Может быть, не в подробных деталях, но в общем смысле. Объясните им, почему сейчас не стоит отвлекаться на Twitter.

3. Будьте психологически готовы отвечать на вопросы из зала. Вы будете испытывать стресс, инвесторы могут быть грубыми, но все это ради четкого понимания фактов, а если вы не обладаете способностью донести эти факты, инвесторы будут задавать вопросы снова и снова, и в конечном счете уровень стресса и напряжения будет расти. У инвесторов, как правило, нет цели унижить вас – им просто нужно знать, стоит ли эта история того, чтобы пересказывать ее своим партнерам, и может ли она оправдать их финансовые вложения.

4. Будьте уверены в себе, но осторожны и подготовлены. Хорошо известно, что предприниматели часто слишком самоуверенны и не хотят видеть недостатки своих идей. С другой стороны, доказано, что способность демонстрировать уверенность во время презентации жизненно необходима и способна привлечь средства.

5. Постарайтесь максимально просто и доступно объяснить основную идею вашего выступления, чтобы даже тот, кто не в теме все понял.

6. Отвечайте на вопросы. Когда у слушателей возникает вопрос – прервитесь. Выслушайте, убедитесь, что поняли вопрос, и потом отвечайте. И отвечайте ясно, по сути, честно, и на тот вопрос, что вы услышали, а не на тот, на который хотите ответить. Иногда можно сказать и так: «Я не знаю, но мы чуть позже к этому вернемся».

Если вы предприниматель и дальнейшая жизнь вашего бизнеса зависит от вашей следующей презентации, отнеситесь внимательно к этим пунктам и хорошенько подготовьтесь к выступлению.

## **ТЕМА «УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ НАВЫКОВ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ РАЗРАБОТАННЫЙ СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ МОЛОДЕЖИ С ОВЗ (В ТОМ ЧИСЛЕ У МОЛОДЕЖИ С НАРУШЕНИЕМ СЛУХА)»**

### **1. Упражнения перед выступлением. Готовим речевой аппарат**

- Опустите нижнюю челюсть вниз. Медленно подвигайте ей вправо и влево.
- Опустите нижнюю челюсть. Двигайте ей вперед и назад. Делайте это очень медленно, плавно и осторожно.
- Исходное положение – стоя, руки на груди. Наклоняясь вперед, на выдохе произносите гласные «у» и «о» длительно и протяжно, настолько низким голосом, насколько можете.
- Рот открыт, губы в улыбке, двигать язык к уголкам рта вправо-влево. Следить, чтобы челюсть и губы были неподвижны, язык не скользил по нижней губе.
- Рот открыт, губы в улыбке. Облизнуть кончиком языка верхнюю губу от одного уголка рта до другого. Следить, чтобы язык доходил до уголков рта, движение было плавным, без скачков, челюсть не двигалась. Так же облизать нижнюю губу. Потом облизать губы по кругу.



- Рот закрыт. Облизывать зубы под нижней, потом под верхней губой. Следить, чтобы челюсть и губы не двигались.
- Рот открыт, губы в улыбке. Плавно провести языком по верхним зубам, прикасаясь к каждому зубу, пересчитывая их. Следить, чтобы челюсть не двигалась. То же движение – по нижним зубам.
- Рот закрыт. Напряженный кончик языка упирается то в одну, то в другую щеку. То же, но рот открыт.
- Рот открыт, губы в улыбке. Поднимать широкий язык к носу и опускать к подбородку. Следить, чтобы губы не натягивались на зубы, челюсть не двигалась, язык не сужался.
- Рот открыт, губы в улыбке. Широкий кончик языка положить на альвеолы за нижними зубами с внутренней стороны, потом поднять на бугорки за верхними зубами тоже с внутренней стороны. Следить, чтобы работал только язык, а нижняя челюсть и губы оставались неподвижными.

## **2. Упражнения для уверенного голоса:**

### *Кью-икс*

Чтобы открыть голос, нужно освободить горло и передать основную работу губам и диафрагме. Для этого произносите слоги «кью-икс». На «кью» округляйте губы, на «икс» – растягивайте их в широкой улыбке. После 30 повторений попробуйте произнести небольшую речь. Вы почувствуете, что связки меньше напрягаются, а губы лучше выполняют ваши команды.

### *Упражнение Тарзана*

Выполняйте предыдущее задание, только теперь бейте себя кулаками в грудь, подобно Тарзану. Упражнение призвано наполнить голос энергией и прочистить бронхи, поэтому, если вам захочется откашляться, не останавливайте себя.

Работаем с дыханием.

Глубокий вдох – задержка дыхания, – медленный выдох. Можно это делать на счет. 5-5-5 или 7-7-7. У кого как хватит кислорода. Легкие обогащаются кислородом, и происходит не только уравновешение эмоций, но и голова начинает лучше думать, мозг готов к активным действиям.

Дышать нужно так же квадратом. По точкам.

### *Упражнение «Продай свой недостаток»*

Суть упражнения заключается в том, что участник учится находить позитивные стороны своего недостатка», и описывать их такими словами, чтобы у других участников появилось желание приобрести это качество/черту характера. При этом важно оставаться честным, не придумывать лишнего, а только описывать реальные позитивные стороны продаваемого «недостатка».

Например, вам предлагается уникальная черта характера, которая позволит взвешенно и обстоятельно подходить к оценке любого вопроса, ситуации. Обладая этим качеством, вы сначала рассмотрите все варианты решений, сделаете оценку этих вариантов, и только тогда выберете наиболее подходящий. Ну, что берете? А, ведь, это продается «неуверенность».

После выполнения этого упражнения у участника меняется отношение к своим «недостаткам», становится гораздо проще воспринимать их как свои особенности, а то и как достоинства.

### **Как развить красноречие: эффективное упражнение**

Упражнение, которое часто рекомендуют на курсах ораторского мастерства, может показаться забавным, однако дает превосходные результаты. Как развить красноречие, не

посещая специальные тренинги? Нужно выбрать какой-либо предмет домашней утвари, скажем, кастрюлю, а затем максимально подробно описать его, выражаясь красивым литературным языком.

**Практические советы:**

1. Необходимо следить за своей речью и обдуманно выбирать круг общения.
2. Чтение книг позволит формировать богатый словарный запас и повышать объем знаний.
3. Лучше говорить немного, но только по делу. Нужно стремиться, чтобы каждая произнесенная фраза была яркой и полноценной.
4. Речь для публичного выступления рекомендуется предварительно готовить. К импровизации важно подготовиться морально.
5. Говорить нужно отчетливо, спокойно и громко, но не крикливо.
6. При чтении доклада нужно смотреть на людей, а не на бумаги.
7. С помощью пауз необходимо выделять формулировки и важные слова.

*Упражнение «Разборка имени»*

Цель: знакомство участников, активизация.

Время проведения: 10 мин.

Описание упражнения.

Участникам предлагается записать по буквам свое имя и подобрать начинающиеся на каждую из этих букв слова, характеризующие их. На размышление дается 4-5 мин (достаточно по 3-4 слова). Потом каждый называет свое имя и те характеристики, которые ему удалось придумать.

Обсуждение

Каждый участник делится впечатлением от упражнения. Кто хочет, может рассказать о том, какие еще характеристики, которые ему подходят, он хотел бы добавить, но их названия не начинаются на буквы, входящие в имя.

*Упражнение: «Реклама»*

Цель: отработка навыков публичного выступления

Время проведения: 20 минут

Описание упражнения: участникам предлагают для начала найти в своих карманах (сумках) любой предмет, который им нравится. Далее участникам дается 5 минут для того, чтобы продумать речь, рекламирующую этот предмет. После каждый из участников рекламирует предмет группе.

Обсуждение: удалось ли заинтересовать аудиторию, как приемы использовались, что было сложным.

*Упражнение «Два дела»*

Цель: активизация участников, формирование представлений о сложных ситуациях, тренировка навыка действия в ситуации «информационной перегрузки», развитие распределения внимания.

Время проведения: 15 мин.

Описание упражнения:

Доброволец-водящий, в упражнении одновременно с ним участвуют еще три человека. Один из них начинает совершать какие-либо движения, постоянно меняя их. Тот выполняет роль «живого зеркала», повторяя все увиденное. Два других участника начинают в быстром темпе поочередно задавать ему какие-либо вопросы. Тот должен, не прекращая копирования движений, отвечать на вопросы, по возможности логично и по смыслу.

Упражнение продолжается 1-2 минуты, потом на роль водящего приглашается следующий доброволец.

*Упражнение «Подарок»*

Цель: приветствие, создание положительного настроения на завершение.

Время проведения: 15 мин.

Описание упражнения.

Участники, сидя в воображаемом кругу, придумывают и дарят своему соседу справа какой-то подарок на память. (Круг определить заранее)

Инструкция. «Сейчас вы должны посмотреть на соседа справа, вспомнить, что вы узнали про него в процессе занятий, и придумать какой-то подарок, который подошел бы только ему. Это может быть, что угодно (материальная или фантастическая вещь, душевное или физическое качество), но он должен, по-вашему мнению, стать памятью о наших занятиях, а также помочь вашему соседу реализовать в жизни полученные здесь умения.

Итак, на обдумывание отводится 3 минуты.

После истечения времени каждый дарит свой подарок, а затем следует обсуждение.

*Упражнение «Коллаж «Лучший оратор»*

Цель: закрепление материала, создание позитивного настроения, интеграция опыта.

Время проведения: 40 минут

Описание упражнения: Учащимся предлагается создать коллаж, который бы отражал все, связанное проектом, с тем, что они узнали на нем и чему научились

## ТРЕНИНГ «СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СЕССИЯ»

Цель: развитие навыка организации времени жизни; осознание неэффективного использования своего времени развитие интернальности.

Проведение. Ведущий предлагает участникам ответить на вопрос: как вы проводите свое время? Какие занятия составляют существенную часть вашей жизни. Участники заполняют анкету:

Занятия, которые вы не любите, но обязаны делать (такие как) \_\_\_\_\_

Дела, которыми вы занимаетесь, потому что они вам нравятся (такие как) \_\_\_\_\_

Ритуалы (такие как) \_\_\_\_\_

Встречи (такие как) \_\_\_\_\_

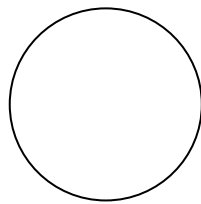
Деятельность, приносящая радость (например) \_\_\_\_\_

Планирование (например) \_\_\_\_\_

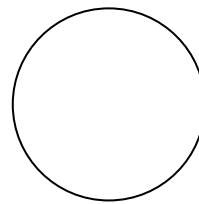
Праздное времяпровождение (например) \_\_\_\_\_

Другие (такие как) \_\_\_\_\_

После того, как участники заполнят бланки, ведущий предлагает им нарисовать два круга. Первый круг символизирует обычный день на прошлой неделе, второй круг – идеальный день. Необходимо разделить окружности на сегменты, отражающие долю каждой группы занятий.



Обычный день



Идеальный день

### Упражнение «Колесо жизни»

– Жизнь, судьба... что это, из чего состоит, от чего зависит как вы думаете? (Восприятия себя, как личности, отношение с другими людьми, учеба, карьера, семья, отношение к своему будущему).

– Давайте сейчас попробуем построить колесо жизни из того что вы назвали. Поставьте точку в центре листочка – это начало вашей жизни, длина луча – это шкала от 0 до 5, оцените пожалуйста, как влияет на вашу жизнь сегодня:

1. Ваша самооценка.
2. Оценка вас и ваших поступков окружающими людьми.
3. Семья, воспитание.
4. Ваше отношение к учебе, будущей работе.
5. Ваше отношение к своему здоровью.
6. Ваше отношение к самосовершенствованию и самовоспитанию.

– Соедините крайние точки лучей. Посмотрите внимательно на получившиеся колесо. Представьте себя на велосипеде с таким колесом. Комфортно ли на нем ехать? Можно ли выровнять это колесо? Как?

– И как итог всего того что вы говорили – наша жизнь в наших руках, какой она будет зависит от нас.

### Упражнение. Для чего я учусь, Для чего люди работают?

Упражнение «Планы».

Вам предписано за пять лет изменить вашу жизнь. Общественность хочет знать три главные цели на следующий год.

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_

Что вы делаете или собираетесь делать, чтобы осуществить каждую?

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_

Какой вы представляете свою жизнь через пять лет, какие пять задач вы должны решить к тому времени?

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_
- 4 \_\_\_\_\_
- 5 \_\_\_\_\_

подумайте о том, какими способами вы достигнете того, что планируете? Приведут ли он к конечной цели? Как сделать их более реальными?

### **Упражнение «Значимые события».**

Цель: повышение осмысленности взгляда на свой жизненный путь.

Участников просят подумать о том, какие десять событий в их жизни наиболее значимы. Это события могут остаться уже в прошлом, могут происходить в настоящем, а могут планироваться в будущем. Упражнение выполняется индивидуально, на составление списка отводится 6-8 минут. После этого участников просят отметить, какие события касаются прошлого, какие – настоящего, а какие – будущего.

Потом ведущий рассказывает, что наше восприятие времени может существенно отличаться от его объективного, физического течения. Психологическая длительность жизни определяется не столько числом прожитых дней, сколько насыщенностью этих периодов значимыми для нас жизненными событиями. Если исходить из того, что наиболее значимые события распределены на нашем жизненном пути приблизительно равномерно, а прожить нам предстоит в среднем 70 лет, то «цена» каждого из 10 самых значимых событий – примерно семь лет. Подсчитайте, сколько из отмеченных вами событий уже в прошлом, умножьте эту цифру на семь – и получите свой психологический возраст.

Обсуждение. У кого «психологический» возраст получился меньше календарного, у кого примерно равен, а у кого больше? Психологи утверждают, что с возрастом нам кажется, будто время течет все быстрее и быстрее: для ребенка день тянется, а для пожилого человека годы бегут. Наблюдали ли вы нечто подобное на себе? С чем еще это связано, помимо того, что в молодости обычно выше «концентрация значимых событий»? Можно и нужно ли организовать свою жизнь таким образом, чтобы свести к минимуму этот эффект; если да, то как? Какие выводы вы сделали лично для себя из этого упражнения?

### **Упражнение «Один месяц жизни».**

Представьте, что у вас фатальное заболевание, и вам осталось жить один месяц. У вас неограниченное количество денег и еще достаточно здоровья.

Как вы проведете ваш последний месяц?

Куда вы поедете?

Что будете делать?

Кто будет с вами?

Как вы проведете свой последний день?

Ваши последние слова?

Как вы умрете?

Кто будет восхвалять вас? Что он скажет?

Кто будет с вами в последние минуты?

Участникам раздаются листы белой бумаги, на которых они отвечают на вопросы. Затем каждый по кругу высказывается на заданную тему, делится своими переживаниями.

«Превосходные новости! Вам пожалована жизнь! У вас впереди 60-70 лет. Как вы их проведете?».

### **Упражнение «Мир ваших фантазий». – НАСТОЯЩЕЕ ВОЛШЕБСТВО или Я ИЛИ НЕ Я.**

Если бы Вы могли на неделю поменяться местами с другим человеком, кем бы вы стали? Почему?

Если бы появилась добрая фея, которая исполнит три ваших желания. Что вы загадаете?

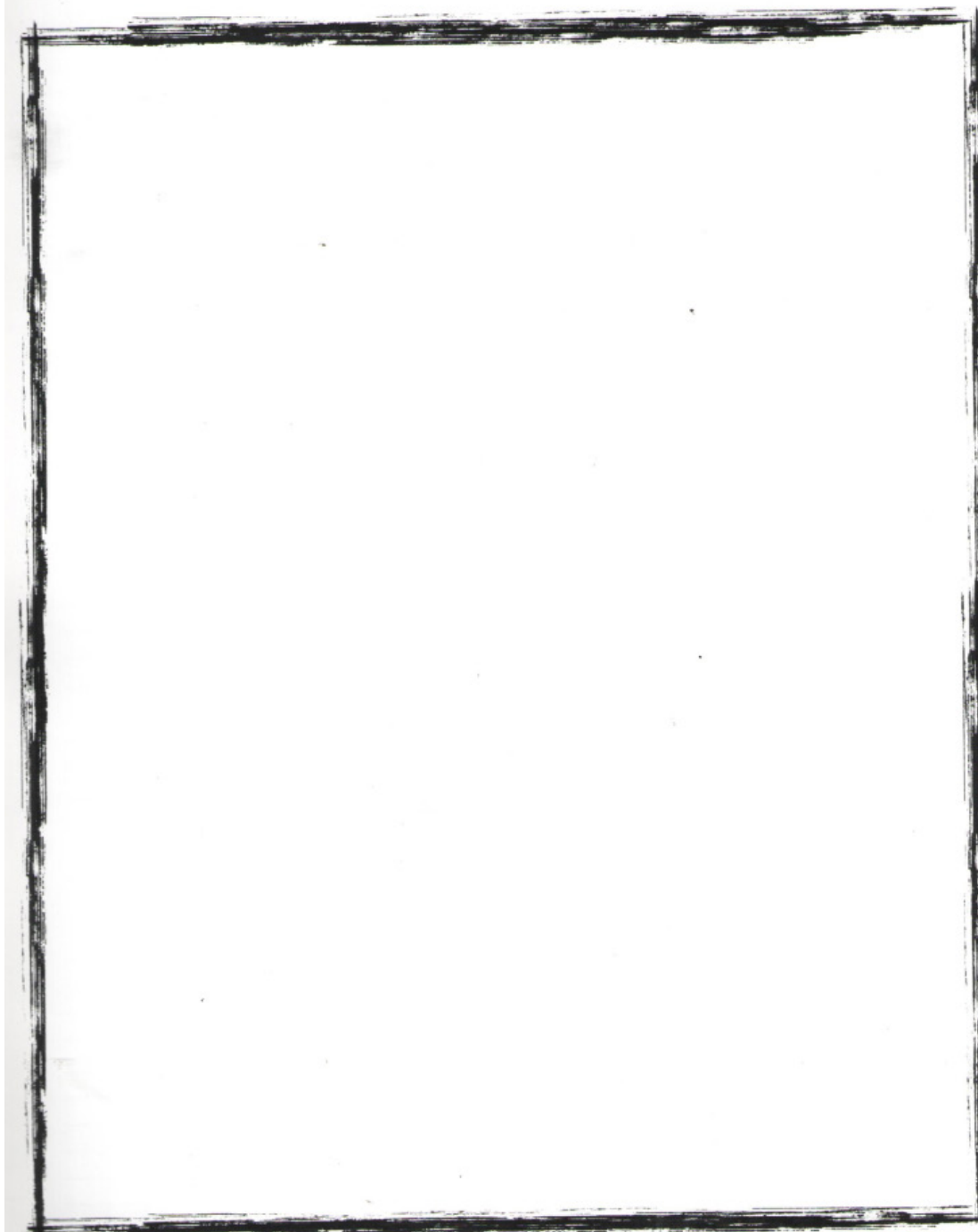
Если бы вы превратились в невидимку на один день, как бы вы воспользовались своей властью?

Если бы у вас возникла возможность получить какую-либо сверхспособность, что бы вы выбрали?



## БЛОК 2 МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ РАБОТЫ НА ИНТЕНСИВЕ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ БУДУЩЕГО»

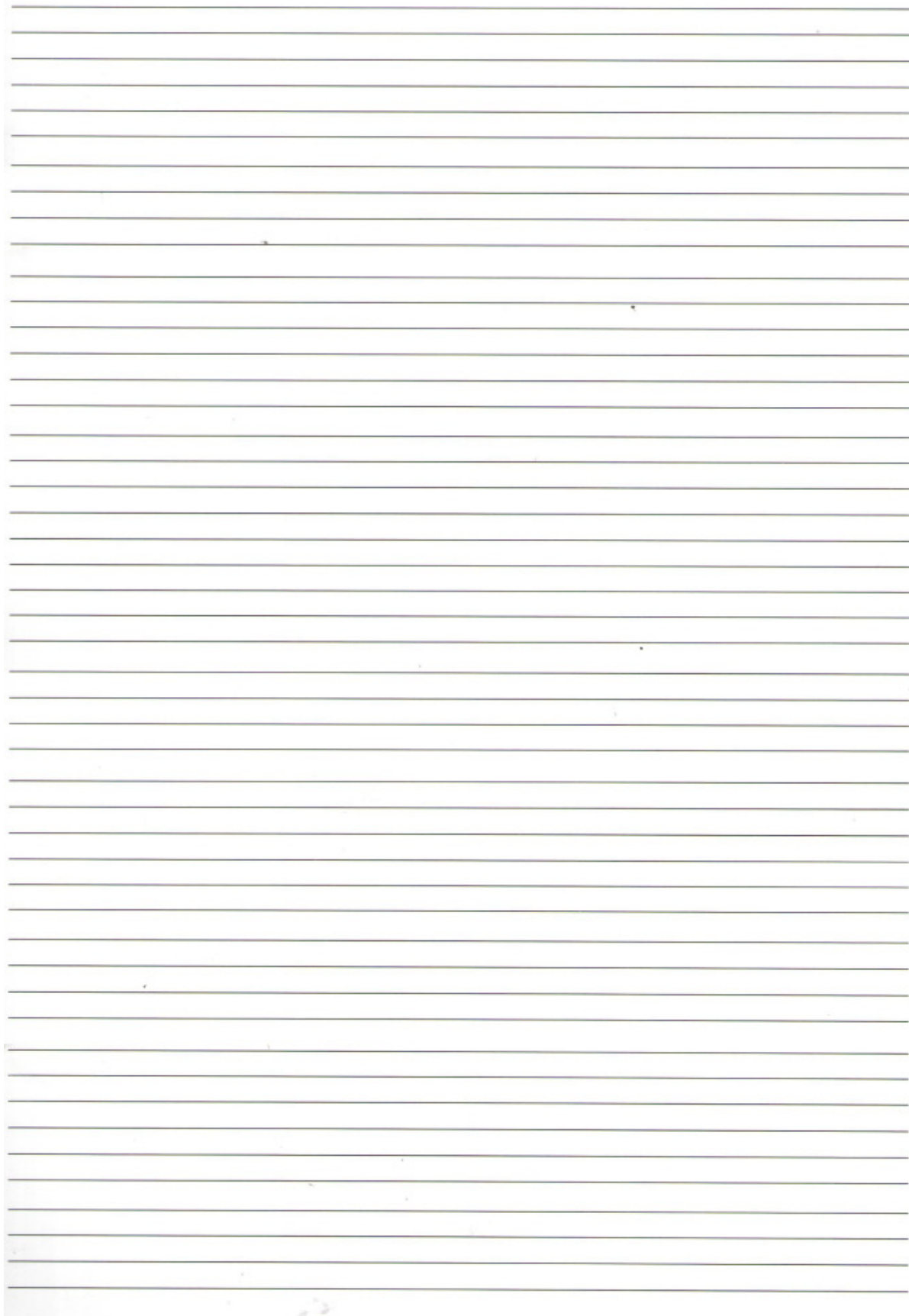
### КАРТИНА МОЕЙ МЕЧТЫ



«Смысл жизни не в том, чтобы ждать, когда закончится гроза, а в том, чтобы учиться танцевать под дождем.»

Вивиан Грин

## ЭССЕ на тему «Жизнь моей мечты»

A large area of horizontal lines for writing an essay, consisting of approximately 30 lines.

## ОБЕД (ОБЕЩАНИЕ НА ВРЕМЯ ИНТЕНСИВА)

«Суть обета в древних индийских традициях в ограничении какого-то проявления своей природы, таким образом накопить и усилить определенные внутренние энергии, что позволяет актуализировать ее, а затем поставить под сознательный контроль.»

Обеты, позитивно определяющие форму поведения человека, способствуют накоплению энергии, актуализации внутренних проблем и их решению.

«Чем дольше длится обет, тем более глубокие внутренние проблемы вскрываются.»

Википедия

Что Я обязуюсь делать/не делать на протяжении I погружения

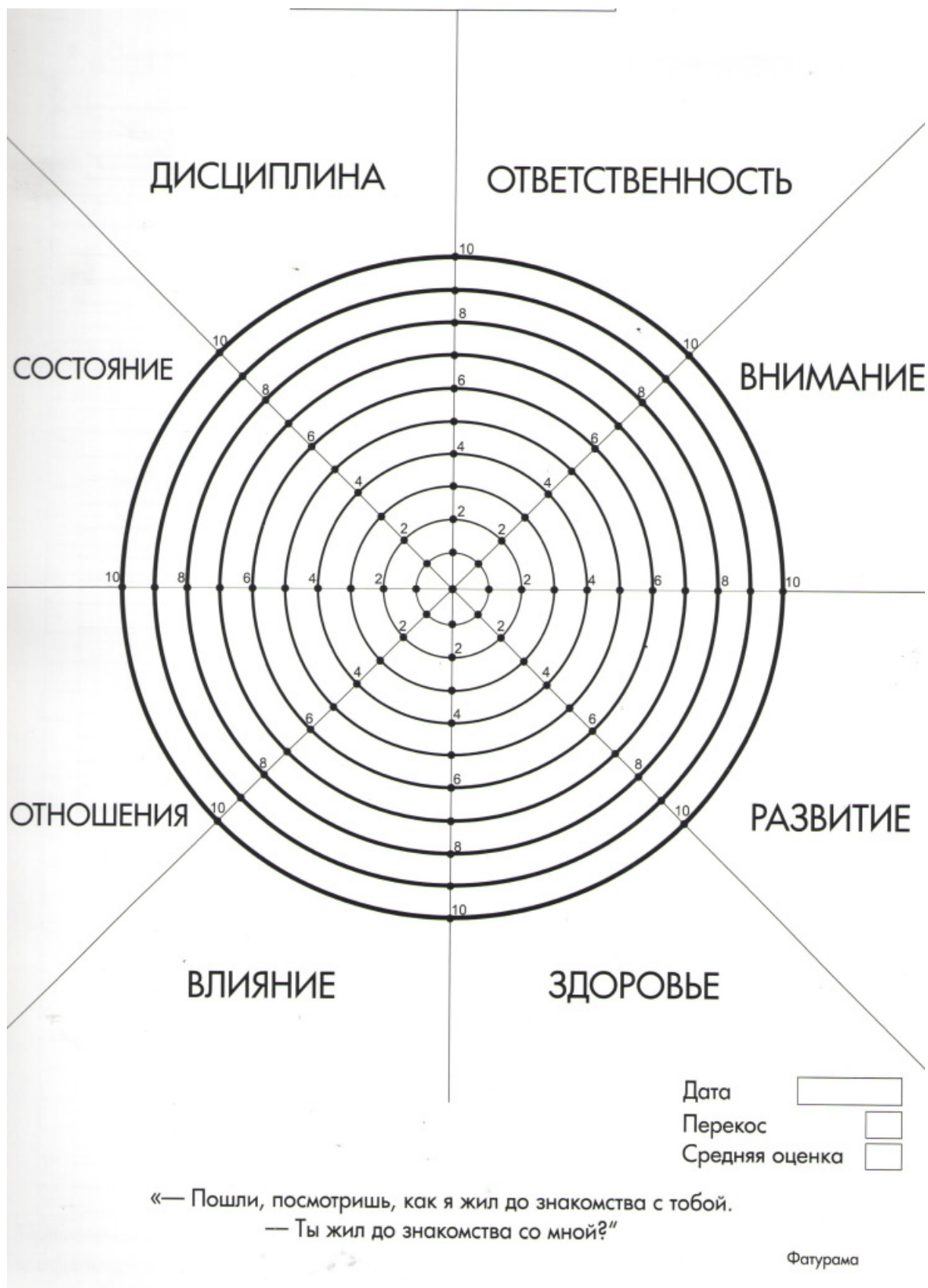
1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

Подтвердил:

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

«Жизнь состоит не в том, чтобы найти себя. Жизнь состоит в том, чтобы создать себя.»

Джордж Бернард Шоу



## ДЕЙСТВИЯ, ПО КОЛЕСУ БАЛАНСА ТЕЛА

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

ВНИМАНИЕ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

РАЗВИТИЕ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

ЗДОРОВЬЕ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

ВЛИЯНИЕ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

ОТНОШЕНИЯ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

СОСТОЯНИЕ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

ДИСЦИПЛИНА

---

---

---

---

---

---

---

---

---

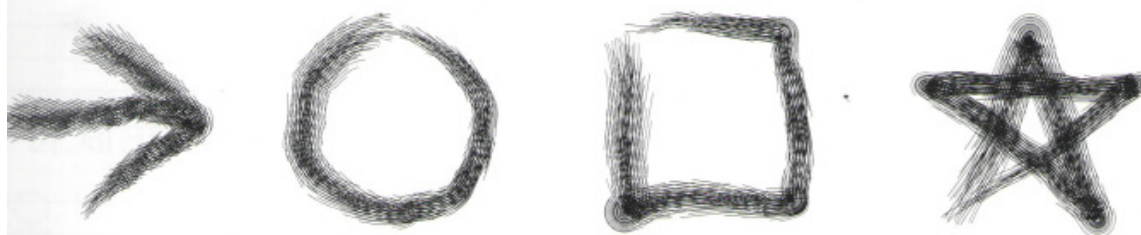
---



## ЭКСПРЕС-АНАЛИЗ БИЗНЕСА

«О, ты это видел? Это жизнь мимо проходит...»

Неизвестный автор



10 ○  
9 ○  
8 ○  
7 ○  
6 ○  
5 ○  
4 ○  
3 ○  
2 ○  
1 ○  
0 ○

10 ○  
9 ○  
8 ○  
7 ○  
6 ○  
5 ○  
4 ○  
3 ○  
2 ○  
1 ○  
0 ○

10 ○  
9 ○  
8 ○  
7 ○  
6 ○  
5 ○  
4 ○  
3 ○  
2 ○  
1 ○  
0 ○

10 ○  
9 ○  
8 ○  
7 ○  
6 ○  
5 ○  
4 ○  
3 ○  
2 ○  
1 ○  
0 ○

Какие системные действия нужно сделать на погружении

Привлечение  
клиентов

Продажи  
система

Выполнение  
обязательств

Команда  
взаимодействие

_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

## КАКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ МНЕ НУЖНО СДЕЛАТЬ В

ПРОДУКТ, УСЛУГА

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

МАРКЕТИНГ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

ПРОДАЖИ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

ВЫПОЛНЕНИЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

КОМАНДА (МОТИВАЦИЯ)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМЫ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

СОСТОЯНИЕ

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

КОМАНДА (ОТНОШЕНИЯ)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ

для людей с ограниченными возможностями здоровья, по обучению основам предпринимательства для участников курса «Предприниматель будущего»

Моя цель?	Зачем Я это делаю?	Ценность людям?	Механика (действия)	Метрика достижения
<p>Прогестировать нишу: «Полировка самоваров» в июле 2020г.</p>	<p>Я хочу расширить свое производство и загрузить производственные мощности компании, увеличив оборот на 180% в месяц</p>	<p>Как только у нас в крае появится услуга по полировке самоваров, людям не нужно будет обращаться в другие регионы и тратить много времени на логистику. И в каждом доме будет стоять красивый самовар и радовать жильцов.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Купить оборудование</li> <li>2. Сделать лендинг и запустить рекламу с бюджетом 50т.р./месяц</li> <li>3. Нанять сотрудников 5 человек</li> <li>4. Купить мебель в офис для сотрудника</li> </ol>	<p>Через неделю у меня запущено производство и реклама по региону ЮФО, есть сотрудник, который отвечает на звонки и продает.</p>

день \_\_\_\_\_  
дата \_\_\_\_\_.\_\_\_\_\_

## Раздел 1 (УТРО до 10.00)



Кто Я - \_\_\_\_\_

Какой Я - \_\_\_\_\_

Вечер \_\_\_\_\_

### Раздел 2. Цели по телу, здоровью и физиологии.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Что сделал сегодня на пути к этим целям

Вечер \_\_\_\_\_

### Раздел 3. Цели по семье, отношениям, личной жизни.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Что сделал сегодня на пути к этим целям

Вечер \_\_\_\_\_

### Раздел 4. Цели по социальному положению в обществе.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Что сделал сегодня на пути к этим целям

Вечер \_\_\_\_\_

### Раздел 5. Цели по состоянию (осознанность).

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Что сделал сегодня на пути к этим целям

Вечер \_\_\_\_\_

### Раздел 6. Цели по Вашей собственности, карьере, доходу, бизнесу.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Вечер \_\_\_\_\_

Что сделал сегодня на пути к этим целям

ЭКОЛОГИЯ

### Раздел 7 (действия к целям) Моя главная цель на сегодня



5 простых действий, которые будут выполнены		Изменения
A <input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/> _____
A <input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/> _____
A <input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/> _____
B <input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/> _____
C <input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/> _____

### Раздел 8 (Десяточка) (ВЕЧЕР до 00.00)

<b>Чтение литературы</b> Название книги и количество прочитанных страниц? <input type="checkbox"/>	<b>Магия утра</b> Что было сделано для запуска энергии в теле? <input type="checkbox"/>
<b>План на завтра</b> Планирование дня по ABC сегментации <input type="checkbox"/>	<b>Ведение дневника</b> На какой вопрос был получен ответ и что именно? <input type="checkbox"/>
A _____ A _____ B _____ C _____	
<b>Спорт (метрика)</b> Что твердого сделано на пути к цели? <input type="checkbox"/>	<b>Обучение</b> Что изучил, где продвинулся, что внедрил? <input type="checkbox"/>
<b>Шаг к мечте</b> Что сделано для приближении цели? <input type="checkbox"/>	<b>Внимание семье</b> Какое конкретное действие было сделано? <input type="checkbox"/>
<b>Состояние тишины</b> Основной вывод после состояния тишины? <input type="checkbox"/>	<b>Магия ночи</b> Что сделаю, чтобы войти в состояние сна? <input type="checkbox"/>

### Раздел 9. Какие изменения Я сегодня сделал в своей жизни?

\_\_\_\_\_

### Раздел 10. Кому я сегодня БЛАГОДАРЕН и за ЧТО?

\_\_\_\_\_

### Раздел 11. Чему я сегодня научился?

\_\_\_\_\_

### Раздел 12. В каких людей я был сегодня вкладом?

\_\_\_\_\_

Вывод дня: \_\_\_\_\_

Выполнение обета  Метрика дня \_\_\_\_\_

Метрика марафона \_\_\_\_\_



день \_\_\_\_\_  
дата \_\_\_\_ . \_\_\_\_ . \_\_\_\_

## Раздел 1 (УТРО до 10.00)



Кто Я - \_\_\_\_\_

Какой Я - \_\_\_\_\_

Вечер \_\_\_\_\_

## Раздел 2. Цели по телу, здоровью и физиологии.

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

Что сделал сегодня на пути к этим целям

Вечер \_\_\_\_\_

## Раздел 3. Цели по семье, отношениям, личной жизни.

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

Что сделал сегодня на пути к этим целям

Вечер \_\_\_\_\_

## Раздел 4. Цели по социальному положению в обществе.

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

Что сделал сегодня на пути к этим целям

Вечер \_\_\_\_\_

## Раздел 5. Цели по состоянию (осознанность).

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

Что сделал сегодня на пути к этим целям

Вечер \_\_\_\_\_

## Раздел 6. Цели по Вашей собственности, карьере, доходу, бизнесу.

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

Вечер \_\_\_\_\_

Что сделал сегодня на пути к этим целям

ЭКОЛОГИЯ

### Раздел 7 (действия к целям) Моя главная цель на сегодня



5 простых действий, которые будут выполнены		Изменения
A <input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/> _____
A <input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/> _____
A <input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/> _____
B <input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/> _____
C <input type="checkbox"/>	_____	<input type="checkbox"/> _____

### Раздел 8 (Десяточка) (ВЕЧЕР до 00.00)

<b>Чтение литературы</b> Название книги и количество прочитанных страниц? <input type="checkbox"/>	<b>Магия утра</b> Что было сделано для запуска энергии в теле? <input type="checkbox"/>
<b>План на завтра</b> Планирование дня по ABC сегментации <input type="checkbox"/>	<b>Ведение дневника</b> На какой вопрос был получен ответ и что именно? <input type="checkbox"/>
A _____ A _____ B _____ C _____	
<b>Спорт (метрика)</b> Что твердого сделано на пути к цели? <input type="checkbox"/>	<b>Обучение</b> Что изучил, где продвинулся, что внедрил? <input type="checkbox"/>
<b>Шаг к мечте</b> Что сделано для приближении цели? <input type="checkbox"/>	<b>Внимание семье</b> Какое конкретное действие было сделано? <input type="checkbox"/>
<b>Состояние тишины</b> Основной вывод после состояния тишины? <input type="checkbox"/>	<b>Магия ночи</b> Что сделаю, чтобы войти в состояние сна? <input type="checkbox"/>

### Раздел 9. Какие изменения Я сегодня сделал в своей жизни?

\_\_\_\_\_

### Раздел 10. Кому я сегодня БЛАГОДАРЕН и за ЧТО?

\_\_\_\_\_

### Раздел 11. Чему я сегодня научился?

\_\_\_\_\_

### Раздел 12. В каких людей я был сегодня вкладом?

\_\_\_\_\_

Вывод дня: \_\_\_\_\_

Выполнение обета  Метрика дня \_\_\_\_\_  
Метрика марафона \_\_\_\_\_

## МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА

ОСНОВНАЯ ИДЕЯ ПРОЕКТА	
В чем состоит основная цель проекта (бизнес-идеи)?	
Какие конкретные задачи надо решить для достижения этой цели?	
Какие проблемы будут препятствовать успешному решению задач на Вашем предприятии?	
Как эти проблемы можно преодолеть?	
Какие конкретные действия и в какие сроки Вы намерены предпринять для достижения цели проекта?	
Какими аргументами Вы можете подтвердить Вашу уверенность в успехе проекта?	

## ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ И КОМПАНИИ

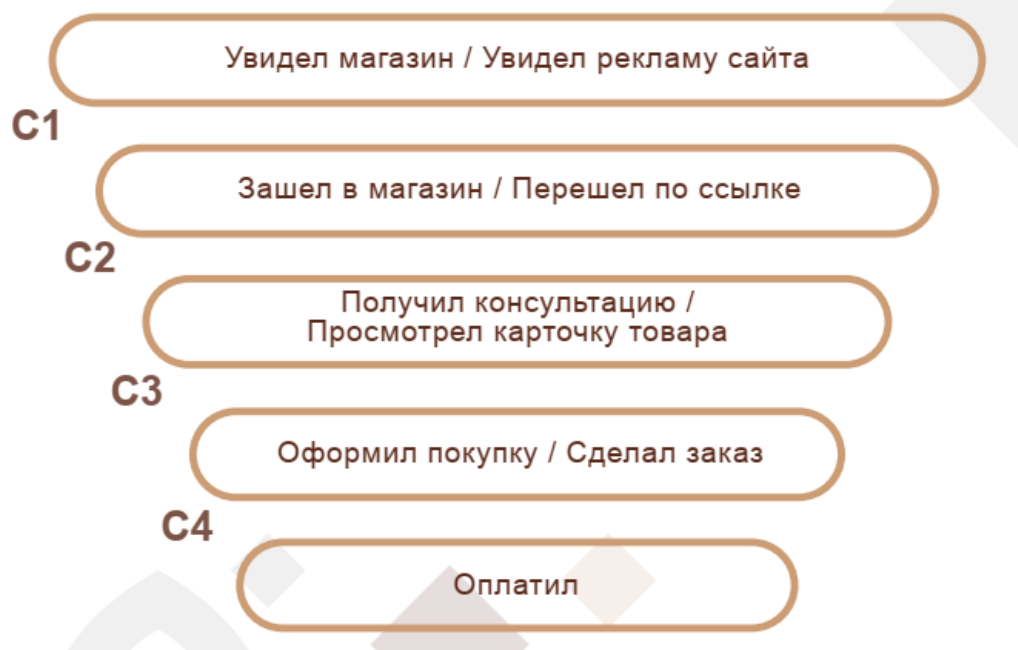
ВОПРОСЫ	ОТВЕТЫ
- Общие сведения о предприятии.	
- Финансово-экономические показатели деятельности предприятия.	
- Структура управления и кадровый состав.	
- Направления деятельности, продукция, достижения и перспективы.	
- Отрасль экономики и ее перспективы.	
- Партнерские связи и социальная активность.	

## ОПИСАНИЕ УСЛУГ И ТОВАРОВ

ВОПРОСЫ	ОТВЕТЫ
Наименование продукции	
- Назначение и область применения	
- Основные характеристики	
- Конкурентоспособность	
- Патентоспособность и авторские права	
- Наличие или необходимость лицензирования	
- Степень готовности к выпуску и реализации продукции	
- Наличие сертификата качества	
- Безопасность и экологичность	
- Условия поставки и упаковка	
- Гарантии и сервис	
- Эксплуатация продукции	
- Утилизация	



## ВОРОНКА ПРОДАЖ



## СЕРВИСЫ ДЛЯ МАРКЕТИНГА

Разработка дизайна	<a href="http://www.canva.com">www.canva.com</a> <a href="http://turbologo.ru">turbologo.ru</a>
Создание лендинга	<a href="http://lpgenerator.ru">lpgenerator.ru</a> <a href="http://Tilda.ws">Tilda.ws</a>
Создание рассылок	<a href="http://www.sendpulse.com">www.sendpulse.com</a> <a href="https://mailchimp.com">https://mailchimp.com</a> <a href="https://new.unisender.com/ru/">https://new.unisender.com/ru/</a>
Анализ рекламной кампании	Google Analytics Яндекс. Метрика <a href="http://roistat.ru">roistat.ru</a>
Проведение онлайн-совещаний	<a href="http://slack.com">slack.com</a> <a href="http://webex.com">webex.com</a> <a href="http://zoom.us">zoom.us</a> skype Microsoft Teams Яндекс Телемост
Управление проектами	<a href="http://miro.com">miro.com</a> Trello Asana YouGile
CRM	Битрикс24 АмоCRM Мегаплан

## БЮДЖЕТ МАРКЕТИНГА

ПЕРИОД	0	СЕНТЯБРЬ	ОКТАБРЬ	НОЯБРЬ	ДЕКАБРЬ	ЯНВАРЬ	ФЕВРАЛЬ	МАРТ	АПРЕЛЬ	МАЙ	ИЮНЬ	ИЮЛЬ	АВГУСТ	ИТОГО РУБ.
<b>ПРОДВИЖЕНИЕ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ</b>														
Доработка семантического ядра сайта														
Доработка дизайна и начинки сайта														
Индексирование в поисковых системах														
Регистрация в каталогах														
Комплекс мероприятий по росту позиций сайта в поисковиках														
Рассылка информации по электронной почте														
Рассылка информации (смс)														
Заметки блоггера														
Найм специализированной организации														
Покупка материалов: фото, видео, тексты														
Баннеры на популярных ресурсах региона														
<b>ПРОДВИЖЕНИЕ ВНЕ СЕТИ ИНТЕРНЕТ</b>														
Выставка														
Телевизионная реклама														
Автобусы														
СМИ: региональные, федеральные														
Наружная реклама														
Акции														
Дизайн														
ИТОГО														

## ПРОИЗВОДСТВО

ОБЩИЕ ВОПРОСЫ	ОПИСАНИЕ
Насколько удачно выбрано месторасположение предприятия?	
- близость к рынку	
- близость к поставщикам услуг	
- доступность рабочей силы	
- доступность транспорта	
- прочее	
Какие потребуются производственные мощности:	
- помещение	
- оборудование	
- услуги	
- персонал	
Где будут закупаться услуги?	
У кого будут закупаться услуги?	
На каких условиях будут закупаться услуги?	
Какова репутация этих поставщиков?	
Есть ли уже опыт работы с ними?	
Предполагается ли производственная кооперация?	
С кем?	
В какой области?	
<b>КАПИТАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ</b>	
Обосновать выбор конкретного технологического процесса и методов приобретения технологии (лицензирование, покупка)	

Привести укрупненный перечень необходимого оборудования с указанием цены приобретения, нормы амортизации, а также затрат на доставку и пуско-наладочные работы	
<b>МЕХАНИЗМ НАЧИСЛЕНИЯ АМОТИЗАЦИИ</b>	
Срок полезного использования, мес.	
Первоначальная стоимость, руб.	
Ежемесячная сумма начисления амортизации, руб.	
<b>ПЕРСОНАЛ И РАСХОДЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА</b>	
Есть ли потребность в наемных сотрудниках?	
Какова потребность в сотрудниках в настоящее время?	
В каком профессиональном практическом опыте будет нуждаться Ваше предприятие?	
Где можно найти таких людей?	
Каким будет режим работы Вашего предприятия и Ваших сотрудников?	
Какую систему оплаты труда работников Вы предполагаете установить	
- повременная	
- сдельная	
- твердый оклад	
- иное (написать свой вариант)	
Будете ли Вы использовать систему премий и льгот?	
Будете ли Вы привлекать членов своей семьи в качестве сотрудников?	
Заполнение таблицы «Расчет затрат на персонал»	
Заполнение таблицы «Данные по накладным расходам» Примечание: не содержится в данном приложении. Заполняется самостоятельно.	
Заполнение таблицы «Сводный календарный план реализации проекта»	









## ПЛАН ДОХОДОВ И РАСХОДОВ

ПОКАЗАТЕЛЬ	руб.												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	ВСЕГО
<b>ДОХОДЫ</b>													
Выручка от реализации услуг В2В													
Выручка от реализации услуг В2С													
Прочие доходы													
<b>РАСХОДЫ</b>													
Аренда													
<b>Итого по группе</b>													
Оклады, отпуска													
НДФЛ													
Страховые взносы													
Командировки													
<b>Итого по группе</b>													
Интернет													
Сотовая связь													
Почта													
Курьер													
Стационарный													
Междугородные разговоры													
<b>Итого по группе</b>													
<b>Амортизация по ОС</b>													
Обслуживание компьютеров													
Флешки, калькуляторы, прочие расходные материалы													
Оплата хостинга+стоимость домена+ регистрация товарного знака													
Заправка картриджа													
<b>Итого по группе</b>													

## АНАЛИЗ РИСКОВ

АНАЛИЗИРУЕМЫЕ РИСКИ	ВЕРОЯТНОСТЬ НАСТУПЛЕНИЯ (ОТ 1 ДО 10 БАЛЛОВ)	СУММА УЩЕРБА, РУБ.	МЕРЫ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ ИЛИ СНИЖЕНИЮ ПОТЕРЬ
Имущественный ущерб в результате повреждения (пожар, буря и т.д.)			
Противоправные действия третьих лиц (хакерские атаки)			
Падение продаж, связанное с резким падением спроса			
Невыполнение обязательств поставщиками (хостинг, дизайн, техподдержка, маркетинг)			
Усиление конкурентной борьбы			
Действия представителей власти и контролирующих органов (ИФНС, Роскомнадзор)			

**Примечание:**

В данном разделе необходимо описать риски, с которыми может столкнуться будущее предприятие. Еще одним методом анализа рисков может быть расчет важнейших финансовых показателей Вашего проекта по пессимистическому сценарию.

## РЕГИСТРАЦИЯ БИЗНЕСА

ООО	ИП	Самозанятые
<p>/ Поле для записей /</p>	<p>/ Поле для записей /</p>	<p>/ Поле для записей /</p>

## РЕГИСТРАЦИЯ ИП

### Что нужно сделать?

- 1 Выберите способ регистрации ИП
- 2 Выберите коды деятельности по ОКВЭД
- 3 Заполните заявление по форме Р21001
- 4 Оплатите государственную пошлину
- 5 Выберите систему налогообложения
- 6 Соберите пакет документов и подайте его в регистрирующий орган:

Заявление на регистрацию ИП по форме Р21001 - 1 экз.;

Квитанция об оплате госпошлины - 1 экз.;

Копия основного документа, удостоверяющего личность - 1 экз.;

Уведомление о переходе на УСН - 2 экз., (но некоторые ИФНС требуют 3 экземпляра);

Доверенность, если документы подаст доверенное лицо.

Узнать адрес налоговой инспекции, где проходит регистрация ИП по вашему месту жительства или пребывания, вы можете через сервис ФНС. При подаче документов вы получите в регистрирующем органе расписку о приеме заявления для создания ИП

- 7 После регистрации ИП

Срок для оформления ИП составляет не более 3 рабочих дней после подачи документов. Придите в указанную дату за документами вместе с распиской (и нотариальной доверенностью, если получение осуществляется по доверенности).

Вам выдадут:

Лист записи Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей по форме № Р60009;

Свидетельство о постановке на учёт в налоговом органе;

Свидетельство ОГРНИП (основной государственный регистрационный номер индивидуального предпринимателя)



## РЕГИСТРАЦИЯ ООО

### Что нужно сделать?

- 1 Выбираем способ регистрации ООО
- 2 Придумываем наименование ООО, название должно быть исключительно на русском языке и (или) русскими буквами
- 3 Выбираем юридический адрес  
Получить юридический адрес можно тремя способами:  
  
Снять/арендовать помещение;  
  
Купить адрес у компании, предоставляющей юридические адреса для регистрации;  
  
Зарегистрировать ООО на домашний адрес (это абсолютно законно, если по этому адресу прописан будущий директор компании)
- 4 Определяемся с кодами деятельности
- 5 Определяемся с размером уставного капитала ООО  
Минимальный размер уставного капитала ООО составляет 10000 рублей. Тем не менее, для ряда деятельностей законом установлены иные минимальные значения уставного капитала, срок внесения уставного капитала - 4 месяца со дня регистрации ООО.
- 6 Подготавливаем решения единственного учредителя или протокола собрания
- 7 Подготавливаем договор об учреждении  
Договор об учреждении ООО нужен только в случае нескольких учредителей. Договор об учреждении ООО не является учредительным документом, т.к. регулирует только те договорённости, которые возникли между учредителями при учреждении ООО (т.е. до появления ООО)
- 8 Подготавливаем устав ООО
- 9 Заполняем заявление на регистрацию ООО по форме Р11001
- 10 Оплачиваем госпошлину за регистрацию ООО
- 11 Выбираем систему налогообложения
- 12 Подписываем и прошиваем документы

*Допустимо и практикуется, в случае с несколькими участниками, что пошлину за регистрацию оплачивает лицо, избранное общим собранием в качестве единоличного исполнительного органа (директор) или иное лицо, имеющее право, в соответствии с учредительными документами, представлять общество без доверенности. Оплата пошлины равными долями несколькими участниками - не практикуется.*

Документы	Кто подписывает	Подпись на прошивке
1 Заявление по форме Р11001	Каждый учредитель на своём листе в присутствии должностного лица ФНС или нотариуса	Сшивает только нотариус. Если заявление учредители подают лично, сшивать не надо
2 Решение единственного учредителя о создании ООО	Учредитель (он же заявитель)	Обычно решение размещается на одном листе, поэтому сшивать не требуется. Если размер более 1 страницы, то учредитель-заявитель
3 Протокол общего собрания учредителей ООО	Каждый учредитель (рекомендуется), хотя протокол могут подписать только председатель и секретарь, если отдельно ведётся список участников собрания с подписью каждого	Заявитель, назначенный общим собранием учредителей ответственным за государственную регистрацию ООО
4 Договор об учреждении	Каждый учредитель	Заявитель, назначенный общим собранием учредителей ответственным за государственную регистрацию ООО, либо все учредители
5 Устав ООО	Не подписывается	Заявитель, назначенный общим собранием учредителей ответственным за государственную регистрацию ООО
6 Квитанция об оплате государственной пошлины за регистрацию ООО	Если учредителей несколько, то общая сумма госпошлины делится на всех учредителей равными долями и каждый платит по отдельной квитанции.	
7 Уведомление о переходе на УСН	Заявитель, назначенный общим собранием учредителей ответственным за государственную регистрацию ООО	
8 Гарантийное письмо о предоставлении ООО юридического адреса	Уполномоченное лицо со стороны арендодателя (так же проставляется печать)	

- 13 Проверяем и подаем документы на регистрацию



## РЕГИСТРАЦИЯ САМОЗАНЯТЫХ

### Что нужно сделать?

Зарегистрироваться можно в приложении «Мой налог»:

[Скачать в AppStore](#)

[Скачать в Google Play](#)

### Пройдите регистрацию

Есть несколько способов регистрации.  
Для каждого из них нужен свой набор данных.

#### По скану паспорта

При регистрации таким способом нужен паспорт в развернутом виде, смартфон или планшет. Приложение отсканирует документ, проверит данные, а затем предложит сделать селфи для сверки. Вместо подписи заявления нужно просто моргнуть в камеру. Этот вариант подходит только гражданам РФ.

#### По ИНН

Для регистрации можно использовать ИНН и пароль от личного кабинета налогоплательщика на сайте [nalog.ru](http://nalog.ru). Паспорт не понадобится.

#### Через Госуслуги

Регистрация возможна с помощью учетной записи Госуслуг — той, которая используется для входа на портал.

Если нет смартфона, можно пройти регистрацию в веб-версии на компьютере — по ИНН или через Госуслуги.

*При регистрации нужно указывать реальный номер телефона. На него придёт код подтверждения. Это должен быть номер с кодом страны + 7 (Россия).*

Также можно зарегистрироваться через уполномоченные банки или операторов электронных площадок.

#### Укажите вид деятельности

В приложении можно указать один или несколько видов деятельности: «Прочее» → «Профиль» → «Вид деятельности».

#### Прикрепите карту

По желанию можно указать информацию о банковской карте, с которой планируете платить налог, или настроить автоплатеж. Это упростит процедуру оплаты.

#### Сформируйте чек при получении дохода

Если вам поступили деньги за оказанную услугу, сформируйте чек прямо в приложении «Мой налог», отправьте его клиенту. Данные о сумме дохода получит ФНС. Вам будет начислен налог с учетом налогового вычета, который уменьшает ставку.

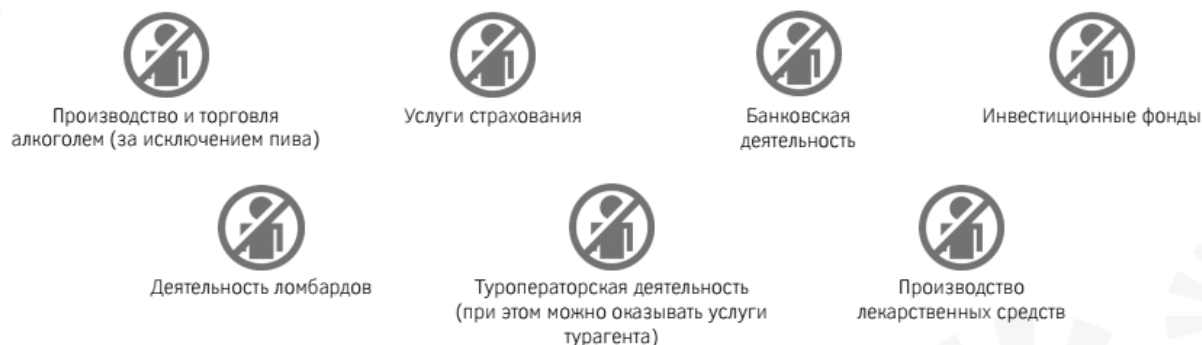
Сумма налога рассчитывается автоматически. Налогоплательщику ничего делать не нужно. Ежемесячно в приложении будут приходить уведомления о сумме к оплате.

#### Подайте уведомление об отказе от других спецрежимов

Если у вас есть статус ИП и вы применяли другие спецрежимы — например, УСН, ЕСХН или ПСН — совмещать их с уплатой НПД нельзя. Нужно отказаться от прежних налоговых режимов, иначе регистрация в качестве плательщика налога на профессиональный доход будет аннулирована.

Для этого в течение месяца необходимо направить уведомление о прекращении применения указанных режимов налогообложения. При применении ПСН сначала нужно дождаться окончания срока действия патента или уведомить о прекращении такой деятельности, и только потом зарегистрироваться в качестве самозанятого.

Индивидуальным предпринимателям нельзя заниматься некоторыми видами деятельности, в частности:



Для организаций (юридических лиц) **никаких ограничений нет**, поэтому регистрируя ООО, вы можете заниматься абсолютно любым видом деятельности, не противоречащим действующему законодательству Российской Федерации.

- Если у ИП нет работы, то он обязан сдавать нулевые отчеты, а от фиксированных взносов за себя его никто **не освобождает (!)** Даже если ИП ничего не заработал, то он все равно обязан заплатить сумму фиксированных взносов (в размере **40 874 руб.**).
- ООО на общей системе налогообложения (ОСНО) и упрощённой системе налогообложения (УСН), если не ведёт деятельность, налоги не платит. Сдавать нулевые декларации и бухгалтерскую отчётность надо, платить — нет. Обратите внимание, что единый налог на вменённый доход (ЕНВД) оплачивать нужно, даже если деятельности нет. Если не хотите платить — сразу после прекращения деятельности снимайтесь с учёта по ЕНВД. При этом, если по каким-то причинам ООО не ведёт деятельность, то директор (когда он единственный сотрудник и участник) может уйти в неоплачиваемый отпуск. Отпуск неоплачиваемый — директору зарплату не платят, следовательно, НДФЛ и взносы тоже не нужно платить.

Для наглядности рассмотрим таблицу:

	ИП	ООО
Налоги	УСН, ОСН — не платят ЕНВД, ПСН — платят	УСН, ОСН — не платят ЕНВД — платят
Взносы для ПФР, ФСС, ФФОМС	Платит 40 874 руб. «за себя» (2020 год)	Не платит, если директор в неоплачиваемом отпуске

**+**

**ИП**

- Несложное оформление
- Простая отчетность
- Нет уставного капитала
- Небольшие суммы штрафов
- Нет зависимости от партнера
- Проще пользоваться прибылью
- Доступность спецрежимов

**-**

- Рискует своим имуществом
- Запрет на некоторые виды деятельности
- Крупные компании не всегда готовы сотрудничать с ИП
- Нельзя продать бизнес
- Совместный бизнес невозможен
- Страховые взносы

**+**

**ООО**

- Сфера бизнеса не ограничена
- Бизнес можно продать
- Участнику можно выйти из дела, продать свою долю
- Ответственность ограничена уставным капиталом
- При банкротстве страховые взносы можно не платить
- Возможно партнёрство
- Фирменное наименование

**-**

- Более сложная и дорогая регистрация/ликвидация
- Более строгий порядок использования прибыли
- Максимально строгий учет денежных средств
- Более высокие штрафы



Малый бизнес с небольшими доходностью, капиталом и партнерской базой – выбирайте ИП. Постоянно расширяющийся, крупный бизнес с несколькими учредителями и внушительным денежным оборотом – лучше ООО. Таким образом, ответ на вопрос о том, в какой форме зарегистрировать свой бизнес, напрямую зависит от самого бизнеса, его размаха, капиталовложений и ваших амбиций.

## Когда спецрежим НПД может мне подойти?

САМОЗАНЯТОСТЬ

Для того, чтобы проверить сможете ли вы воспользоваться специальным налоговым режимом «Налог на профессиональный доход» (НПД) при осуществлении своей деятельности, нужно выполнить несколько простых шагов:

### ШАГ 1

Вспомните вид деятельности который планировали осуществлять. Вы точно сможете применять специальный налоговый режим НПД, если:

- ✓ Самостоятельно производите продаваемые вами товары
- ✓ Всегда лично оказываете услуги/выполняете работы
- ✓ При оказании услуг/выполнении работ не привлекаете наёмный труд третьих лиц
- ✓ Сдаёте в аренду жилое помещение, принадлежащее вам на праве собственности (или есть доля в общей собственности)
- ✓ Вы не зарегистрированы как ИП



- ✓ Зарабатываете/планируете зарабатывать от осуществляемой деятельности до 2,4 млн Р в год (без учёта зарплаты в рамках трудового договора)
- ✓ Вы ИП и готовы отказаться от применения специальных налоговых режимов (УСН, ЕНВД, ЕСХН) при переходе на новый налоговый режим

Ещё одним преимуществом НПД является то, что закон не устанавливает ограничений на одновременное осуществление сразу нескольких видов деятельности.

### ШАГ 2

Всегда сверяйтесь с перечнем видов деятельности, недоступных для самозанятого:



САМОЗАНЯТОСТЬ

## Недоступные виды деятельности:



САМОЗАНЯТОСТЬ

- ✗ Реализация подакцизных товаров и товаров, подлежащих обязательной маркировке
- ✗ Перепродажа товаров, имущественных прав (кроме имущества личного пользования)
- ✗ Нельзя применять иные спецрежимы или одновременно вести предпринимательскую деятельность (в т.ч. деятельность нотариусов, оценочную, деятельность арбитражных управляющих, адвокатов, медиаторов)
- ✗ Добыча и/или реализация полезных ископаемых
- ✗ Нельзя применять спецрежим, если вы привлекаете наёмный труд третьих лиц (работников)
- ✗ Оказание услуги по доставке товаров с приёмом (передачей) платежей (за исключением приёма Р с использованием ККТ продавца)
- ✗ Предпринимательская деятельность в интересах другого лица по договору поручения, комиссии либо агентскому договору
- ✗ Доходы, которые превышают в текущем календарном году 2,4 млн Р, не могут включаться в состав налогооблагаемой базы

## В чём преимущество?



САМОЗАНЯТОСТЬ



**Налоговая ставка составляет от 4% до 6%**  
При этом НДС не уплачивается (статья 217 НК РФ)

**Отсутствие обязанности уплачивать страховые взносы**  
(Статья 244 НК РФ)



**Нет налоговой отчётности и деклараций**  
Все автоматизировано в приложении «Мой налог»

### ШАГ 3

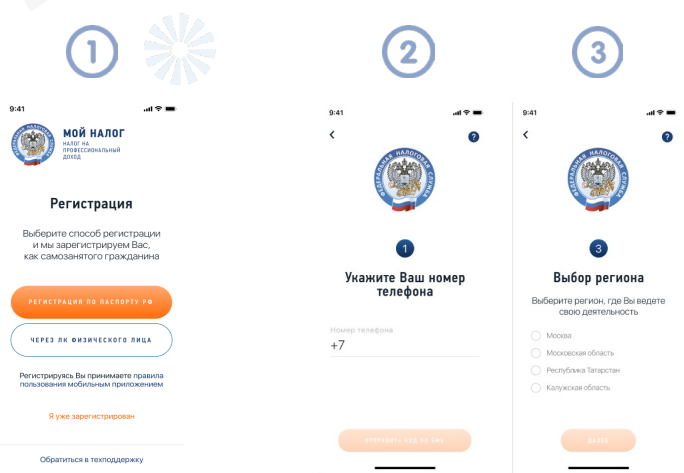
Если вы пришли к выводу, что специальный налоговый режим для вас наиболее оптимален, то можете приступить к постановке на учёт в статусе плательщика «Налогоплательщика на профессиональный доход».



**УСТАНОВИТЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «МОЙ НАЛОГ»**

## Регистрация

**САМОЗАНЯТОСТЬ**



1. Выберите способ регистрации и мы зарегистрируем Вас, как самозанятого гражданина

РЕГИСТРАЦИЯ ПО ПАСПОРТУ РФ

ЧЕРЕЗ ЛИ ФИЗИЧЕСКОГО ЛИЦА

Регистрируетесь Вы принимаете правила пользования мобильным приложением

Я уже зарегистрирован

Обратиться в техподдержку

2. Укажите Ваш номер телефона

Номер телефона +7

3. Выбор региона

Выберите регион, где Вы ведете свою деятельность

- Москва
- Московская область
- Республика Татарстан
- Калужская область

## ВЫПОЛНЯЙТЕ ПОШАГОВЫЕ ДЕЙСТВИЯ

**САМОЗАНЯТОСТЬ**

4. Поместите паспорт в контур и нажмите кнопку «Паспорт»

5. Проверьте соответствие данных на экране паспорту. Если всё корректно, нажмите «Подтвердить»

6. Поместите лицо в овалный контур

7. Необходимые данные собраны

Евгений Федорович Иванов

ИНН 5678987654

Нажмите на кнопку «Подтвердить». Вы соглашаетесь на постановку на учет

Подтвердить

Отказаться от постановки на учет

Налоговый орган известит вас об успешной постановке на учёт в статусе плательщика НПД поздравительным SMS-сообщением

Паспорт для сканирования и проверки

Фотография, которую можно сделать прямо на камеру смартфона



## БЛОК 3

# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С МОЛОДЕЖЬЮ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ<sup>1</sup>

Понятие «человек с ограниченными возможностями здоровья» (ОВЗ) не тождественно понятию «инвалид» — это человек, который имеет особенности физического и (или) психологического развития, подтвержденные специальной комиссией. Однако комиссия не всегда признает его инвалидом, и в этой ситуации, с одной стороны, он не имеет льгот, может работать, жить обычной жизнью, с другой — требует специальных условий для ее обеспечения, например, особых условий для обучения или работы<sup>1</sup>.

ГОВОРЯ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ПОЛУЧЕНИЯ ЛЮДЬМИ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И/ИЛИ ОВЗ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, НЕОБХОДИМО УДЕЛИТЬ ВНИМАНИЕ СЛЕДУЮЩИМ ВОПРОСАМ:

### 1. Первичное обращение инвалида в финансовую организацию

При первичном обращении в финансовую организацию человеку, имеющему инвалидность, необходимо сообщить сотруднику организации о ее наличии. Это поможет сотрудникам банка подобрать удобный вариант для общения (например, обслуживание без очереди или использование ассистивных устройств) и дополнительно защитить такого клиента, поскольку люди с инвалидностью довольно часто становятся жертвами мошенников.

### 2. Трудности в получении услуг в финансовой организации

В случае, если потребителю с ОВЗ и/или инвалидностью требуется специальное устройство для получения услуги в банке (лупа, электронный видеоувеличитель и т.д.), ему следует обратиться к сотрудникам банка — возможно, оно есть в отделении.

### 3. Посещение финансовой организации в компании сопровождающего

При наличии у человека физических особенностей, из-за которых он не может собственноручно подписывать документы, у него есть право воспользоваться помощью своего представителя, при усло-

вии, что его подпись засвидетельствована у нотариуса (см. п. 3 ст. 160 Гражданского кодекса РФ, далее — ГК РФ).

Если слабовидящему или слепому человеку необходима помощь **собаки-проводника**, то для ее доступа на территорию финансовой организации при себе необходимо иметь документы, подтверждающие, что данная собака прошла специальное обучение.

В целях обеспечения безопасности сотрудники банка имеют право запросить персональные данные сопровождающего лица с ОВЗ и/или инвалидностью.

Если у переводчика нет доверенности на представление интересов клиента или вашего официального согласия, сотрудники банка откажут в предоставлении сведений, содержащих банковскую тайну (см. п. 2 ст. 857 ГК РФ).

Перед посещением финансовой организации необходимо предупредить сопровождающего об этом заранее.

#### 4. Специальные финансовые продукты для людей с инвалидностью

При посещении финансовой организации можно поинтересоваться наличием специальных продуктов для людей с инвалидностью. Так, некоторые банки предлагают льготные условия оформления кредита или более высокие ставки по вкладам.

#### 5. Сбор биометрических данных

Сегодня по желанию клиента банки проводят процедуру сбора биометрических данных, которая включает в себя запись голоса и изображения клиента.

Прохождение данной процедуры обеспечивает повышение доступности финансовых услуг и дополнительную защиту от мошеннических действий. Мошенники не смогут получить доступ к деньгам клиента банка, так как их биометрические данные не совпадут.

#### 6. Дистанционные каналы получения услуг

У многих банков есть удобные онлайн-приложения и сайты, адаптированные для людей с инвалидностью. Они позволяют управлять счетом, оплачивать покупки, пользоваться банковскими продуктами, не выходя из дома.

#### 7. Технология PayPass

Многие банки выпускают не только карты для бесконтактных платежей, но и кольца, браслеты и другие аксессуары. На них можно переводить деньги через мобильное приложение или личный кабинет на сайте банка и оплачивать покупки в одно касание. Это безопасно: на аксессуарах не указываются никакие реквизиты и персональные данные, а технология позволяет установить лимит для совершения покупок.

## 8. Адаптированный (доступный) банкомат

Сейчас многие банки заменяют старое оборудование на новое. Новые банкоматы могут иметь удобные размеры для людей, передвигающихся с помощью инвалидной коляски, или могут быть оснащены разъемом для наушников, системой управления для людей с нарушениями зрения. Информацию о расположении таких банкоматов можно найти на сайте конкретного банка или в его мобильном приложении. Инструкции по использованию таких банкоматов также можно найти на сайте или попросить у сотрудника банка. При возникновении вопросов или сомнений в наличии доступного банкомата в конкретном отделении банка потребитель может позвонить в контакт-центр.

## 9. Базовые принципы безопасности

Никогда и никому не сообщать свои персональные данные (номер карты, CVC-код, ПИН-код, кодовое слово): даже своим близким, друзьям, сотрудникам финансовых организаций — ни устно, ни письменно, ни лично, ни по телефону.

Нужно помнить, что даже среди близких могут оказаться недобросовестные люди. Никогда нельзя оформлять кредиты для родственников и друзей на свое имя, ведь если родственник или друг откажется по нему платить, то выплачивать придется тому, чье имя указано в договоре.

### ЕСЛИ У СЛУШАТЕЛЕЙ ЕСТЬ ТЕ ИЛИ ИНЫЕ НАРУШЕНИЯ ЗРЕНИЯ, ВАЖНО РАССКАЗАТЬ ИМ О ТОМ, ЧТО:

- На сегодняшний день большинство банков делают свои сайты и мобильные приложения более удобными: используют контрастные элементы, крупный шрифт, а также адаптируют для чтения с помощью экранного диктора. Если какой-то элемент недоступен или неудобен для использования с программами экранного доступа, необходимо обратиться в службу поддержки клиентов этого банка.
- Если человек с ОВЗ и/или инвалидностью не умеет пользоваться смартфоном или компьютером и поэтому не может дистанционно получать финансовые услуги, он может обратиться в Культурно-спортивный реабилитационный комплекс Всероссийского общества слепых (КСРК ВОС), чтобы пройти обучение.



- Если человек с ОВЗ и/или инвалидностью не может пользоваться банкоматом, ему необходимо обратиться за помощью к сотруднику банка — тот имеет право помочь такому человеку по его личной просьбе. В этом случае нужно зафиксировать Ф.И.О. сотрудника, а в процессе вашего взаимодействия не сообщать ему ПИН-код от карты и прочие идентификаторы. Сотрудник финансовой организации может лишь указать на расположение функциональных деталей устройств.
- При наличии трудностей, возникающих при ознакомлении (чтении) с документом, можно попросить распечатать его увеличенным шрифтом или прислать на электронную почту, это позволит ознакомиться с договором самостоятельно через программу экранного доступа.
- Если возникла необходимость ограничить область для проставления подписи на документе с помощью трафарета, попросите его у персонала.
- Согласно Закону № 181-ФЗ инвалиды вправе использовать факсимильное воспроизведение собственноручной подписи при операциях по приему, выдаче, размену, обмену наличных денежных средств. Также в соответствии с п. 2 ст. 160 ГК РФ использование факсимильного воспроизведения собственноручной подписи возможно по соглашению сторон в письменной форме.

#### **ЛЮДЯМ С НАРУШЕНИЯМИ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА НЕОБХОДИМО ПРЕДОСТАВИТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ТОМ, ЧТО:**

- Информация о местах расположения банкоматов, подходящих пользователям инвалидных колясок, должна быть размещена на сайтах финансовых организаций. Для уточнения информации можно позвонить в банк или написать в чат мобильного приложения и уточнить, подходит ли тот или иной банкомат или нет. Находясь в офисе банка, можно попросить сотрудника о помощи, например, проводить к подходящему банкомату.
- При возникновении трудностей при входе в подразделение банка или другой финансовой организации необходимо позвонить в нее и попросить сотрудника учреждения о помощи.
- При наличии трудностей, связанных с необходимостью подписывать какие-либо документы, нужно поинтересоваться о наличии возможности проставить электронную подпись, в том числе с использованием биометрических данных, при помощи факсимиле или представителя.

#### **ЛИЦА С НАРУШЕНИЕМ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ МОГУТ БЫТЬ ДЕЕСПОСОБНЫМИ И НЕДЕЕСПОСОБНЫМИ (ПРИЗНАЕТСЯ ТОЛЬКО СУДОМ).**

При наличии дееспособности человек обладает всеми правами, но в силу своих проблем со здоровьем особенно подвержен действиям мошенников, поэтому в данной целевой аудитории важно уделять внимание профилактике мошенничества. В случае, если человек признан недееспособным, то его представляет опекун. При его обращении в финансовую организацию необходимо удостовериться в праве такого человека представлять интересы человека с инвалидностью, запросив документы, подтверждающие право опекуна (акт органа опеки и попечительства о назначении опекуна).

## ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Когда вы разговариваете с человеком с инвалидностью, обращайтесь непосредственно к нему, а не к его сопровождающему или сурдопереводчику, которые присутствуют при разговоре.

2. Когда Вас знакомят с человеком с инвалидностью, вполне естественно пожать ему руку – даже те, кому трудно двигать рукой, или кто пользуется протезом, вполне могут пожать руку (правую или левую), что вполне допустимо.

3. Когда вы встречаетесь с человеком, который плохо или совсем не видит, обязательно называйте себя и тех людей, которые пришли с вами. Если у вас общая беседа в группе, не забывайте пояснить, к кому в данный момент вы обращаетесь и назвать себя. Обязательно предупреждайте вслух, когда вы отходите в сторону (даже, если отходите ненадолго).

4. Если Вы предлагаете помощь, ждите, пока ее примут, а затем спрашивайте, что и как делать. Если Вы не поняли, не стесняйтесь – переспросите.

5. Обращайтесь с детьми с инвалидностью по имени, а с подростками и старше – как со взрослыми.

6. Опирайтесь или повиснуть на чьей-то инвалидной коляске – это то же самое, что опираться или повиснуть на ее обладателе. Инвалидная коляска – это часть неприкасаемого пространства человека, который ее использует.

7. Разговаривая с человеком, испытывающим трудности в общении, слушайте его внимательно. Будьте терпеливы, ждите, пока он сам закончит фразу. Не поправляйте и не договаривайте за него. Не стесняйтесь переспрашивать, если вы не поняли собеседника.

8. Когда Вы говорите с человеком, пользующимся инвалидной коляской или костылями, расположитесь так, чтобы Ваши и его глаза были на одном уровне. Вам будет легче разговаривать, а вашему собеседнику не понадобится запрокидывать голову.

9. Чтобы привлечь внимание человека, который плохо слышит, помашите ему рукой или похлопайте по плечу. Смотрите ему прямо в глаза и говорите четко, хотя имейте в виду, что не все люди, которые плохо слышат, могут читать по губам. Разговаривая с теми, кто может читать по губам, расположитесь так, чтобы на вас падал свет, и Вас было хорошо видно, постарайтесь, чтобы вам ничего не мешало и ничто не заслоняло вас.

10. Не смущайтесь, если случайно сказали: «Увидимся» или: «Вы слышали об этом...?» тому, кто на самом деле не может видеть или слышать. Передавая что-либо в руки незрячему, ни в коем случае не говорите «Пощупай это» – говорите обычные слова «Посмотри на это».

### **Что бесит больше всего:**

– Когда начинают помогать, не спросив как правильно, и если ты начинаешь объяснять как сделать лучше – обижаются! Типа я не оценила порыв помощи!

– Когда стараются перевести тему, считая, что меня она может расстроить. Например, выбор горнолыжного курорта, покупка новых туфель на высоком каблуке. Типа, инвалидам это недоступно, поэтому и говорить об этом не стоит.

– Когда тебе начинают жаловаться на жизнь... Чувак, посмотри на меня и поблагодари Господа за свои мелкие неприятности!

Помните! Если у человека нет ноги – это не значит, что у него нет мозгов.



**!!! Успех в общении – не есть соблюдение норм, правил и предписаний коммуникации, а есть коммуникативная чуткость, видение и понимание того, что происходит в информационном и коммуникативном пространствах**

Категории жизнедеятельности	Содержание категории жизнедеятельности
Способность к самообслуживанию	Способность человека самостоятельно осуществлять основные физиологические потребности, выполнять повседневную бытовую деятельность, в том числе навыки личной гигиены
Способность к самостоятельному передвижению	Способность самостоятельно перемещаться в пространстве, сохранять равновесие тела при передвижении, в покое и при перемене положения тела, пользоваться общественным транспортом
Способность к ориентации	Способность к адекватному восприятию личности и окружающей обстановки, оценке ситуации, к определению времени и места нахождения
Способность к общению	Способность к установлению контактов между людьми путем восприятия, переработки, хранения, воспроизведения и передачи информации
Способность контролировать свое поведение	Способность к осознанию себя и адекватному поведению с учетом социально-правовых и морально-этических норм
Способность к обучению	Способность к целенаправленному процессу организации деятельности по овладению знаниями, умениями, навыками и компетенцией, приобретению опыта деятельности (в том числе профессионального, социального, культурного, бытового характера), развитию способностей, приобретению опыта применения знаний в повседневной жизни и формированию мотивации получения образования в течение всей жизни
Способность к трудовой деятельности	Способность осуществлять трудовую деятельность в соответствии с требованиями к содержанию, объему, качеству и условиям выполнения работы

ИСПОЛЬЗУЙТЕ слова и понятия, НЕ создающие стереотипы:	ИЗБЕГАЙТЕ слов и понятий, создающих стереотипы:
Человек с инвалидностью (используемый в законах и нормативах официальный термин «инвалид» – допустим, но не рекомендуется к употреблению в речи и в текстах)	Человек с ограниченными возможностями, человек с ограниченными способностями; больной; искалеченный, покалеченный, калека; неполноценный; человек с дефектом/недостатком здоровья
при сравнении людей с инвалидностью и без инвалидности:	при сравнении людей с инвалидностью и без инвалидности:
человек без инвалидности	нормальный / здоровый
Человек, использующий инвалидную коляску; человек, передвигающийся на коляске; человек на коляске; человек на кресле-коляске	Прикованный к инвалидной коляске, паралитик, парализованный, «колясочник», человек на кресле-каталке
Человек с инвалидностью с детства / с врожденной инвалидностью; инвалидность с детства, врожденная инвалидность	Врожденный дефект / увечье / несчастье
Имеет ДЦП (детский церебральный паралич), человек (ребенок, дети) с ДЦП	Страдает ДЦП, болеет ДЦП, «дэцэпэшник»
Человек, перенесший полиомиелит; человек, который перенес болезнь; имеет инвалидность в результате...	Страдает от полиомиелита / от последствий полиомиелита; жертва болезни; кривоногий; стал инвалидом в результате...
Человек с особенностями развития / с особенностями в развитии, человек с ментальной инвалидностью / с особенностями ментального развития / с особенностями интеллектуального развития	Умственно отсталый, слабоумный, умственно неполноценный, «тормоз», имбецил, дебил, отсталый, человек с задержкой / отставанием в развитии/ нарушением развития, с интеллектуальной недостаточностью, с умственной отсталостью
Дети с инвалидностью	Дети-инвалиды
Дети с особыми образовательными потребностями	Школьники-инвалиды; официальный термин «дети с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)»
Человек с синдромом Дауна, ребенок (дети) с синдромом Дауна	«Даун», «монголоид», «даунята» (о детях с синдромом Дауна), человек с болезнью Дауна
Человек с аутизмом, ребенок (дети) с аутизмом (официальный термин – «человек с расстройством аутистического спектра (РАС)»)	Большой аутизм; аутист
Человек с эпилепсией	Эпилептик, припадочный, страдающий эпилептическими припадками
Человек с особенностями психического развития, человек с особенностями душевного или эмоционального развития	Псих, сумасшедший, люди с психиатрическими проблемами, душевнобольные люди, люди с душевным или эмоциональным расстройством
Незрячий, слабовидящий человек, с инвалидностью по зрению	Слепой (как крот), совершенно слепой, человек с нарушением зрения
Неслышащий, слабослышащий человек, с инвалидностью по слуху, пользующийся жестовым языком	Глухонемой (ни в коем случае!), глухой (как пень), человек с нарушением слуха, человек (ребенок) с остатками слуха, использующий язык жестов
Говорящий на жестовом языке	Немой
Жестовый язык (такой же язык, как русский, английский или любой другой)	Язык жестов (это «самодельный» способ общения для иностранца, не владеющего местным языком, когда нет переводчика)

## При общении с инвалидами, испытывающими трудности при передвижении:

- Следует помнить, что инвалидная коляска — неприкосновенное пространство человека. Не следует облакачиваться на нее, толкать, класть на нее ноги без разрешения. Начать катить коляску без согласия на то инвалида.
- Если получено разрешение передвинуть коляску, сначала катите ее медленно. Коляска быстро набирает скорость, и неожиданный толчок может привести к потере равновесия.
- Всегда лично следует убедиться в доступности мест, где запланированы мероприятия. Заранее поинтересоваться, какие могут возникнуть проблемы или барьеры и как их можно устранить.
- Если существуют архитектурные барьеры, нужно предупредить о них, чтобы человек имел возможность принимать решения заранее.
- Помните, что, как правило, у людей, имеющих трудности при передвижении, нет проблем со зрением, слухом и пониманием.
- Не думайте, что необходимость пользоваться инвалидной коляской — это только неизбежность. Это способ свободного (если нет архитектурных барьеров) передвижения. Есть люди, пользующиеся инвалидной коляской, которые не утратили способности ходить и могут передвигаться с помощью костылей, трости и т.п. Коляски они используют для того, чтобы экономить силы и быстрее передвигаться.

## При общении с инвалидами, имеющими нарушения зрения или незрячими:

- Предлагая свою помощь, направляйте человека, не стискивайте его руку, идите так, как вы обычно ходите. Не нужно хватать незрячего человека и тащить его за собой.
- Опишите кратко, где вы находитесь. Предупреждайте о препятствиях: ступенях, ямах, трубах и т.п.
- Используйте, если это уместно, фразы, характеризующие звук, запах, расстояние. Делитесь увиденным.
- Если возникла такая необходимость, нужно обращаться с собаками-поводырями не так, как с обычными домашними животными. Не командуйте, не трогайте и не играйте с собакой-поводырем.
- Если вы собираетесь читать незрячему человеку, сначала предупредите об этом. Говорите нормальным голосом. Не пропускайте информацию, если вас об этом не попросят.
- Если вы читаете важное письмо или документ, не нужно для убедительности давать его потрогать. При этом не заменяйте чтение пересказом. Когда незрячий человек должен подписать документ, прочитайте его обязательно. Инвалидность не освобождает слепого человека от ответственности.

## При общении с инвалидами, имеющими нарушения слуха:

- При разговоре с человеком, у которого плохой слух, смотрите прямо на него. Не затемняйте свое лицо и не загораживайте его руками, волосами или какими-то предметами. Ваш собеседник должен иметь возможность следить за выражением вашего лица.
- Когда вы разговариваете с инвалидом, обращайтесь непосредственно к нему, а не к сопровождающему или сурдопереводчику, которые присутствуют при разговоре
- Существует несколько типов и степеней глухоты. Соответственно, существует много способов общения с людьми, которые плохо слышат. Если вы не знаете, какой предпочесть, спросите у них.
- Некоторые люди могут слышать, но воспринимают отдельные звуки неправильно. В этом случае следует говорить более громко и четко, подбирая подходящий уровень. В другом случае понадобится лишь снизить высоту голоса, так как человек утратил способность воспринимать высокие частоты.
- Чтобы привлечь внимание человека, который плохо слышит, назовите его по имени. Если ответа нет, можно слегка тронуть человека или же помахать рукой.
- говорите ясно и ровно. Не нужно излишне подчеркивать что-то., тем более кричать в ухо.
- Если вас просят повторить что-то, попробуйте перефразировать свое предложение. Используйте жесты.
- Убедитесь, что вас поняли. Не стесняйтесь спросить, понял ли вас собеседник.

## При общении с инвалидами, имеющими нарушения слуха:



- Если вы сообщаете информацию, которая включает в себя номер, технический или другой сложный термин, адрес, напишите ее, сообщите по факсу или электронной почте или любым другим способом, но так, чтобы она была точно понята.
- Если существуют трудности при устном общении, спросите, не будет ли проще переписываться.
- Следует помнить о среде, которая вас окружает. В больших или многолюдных помещениях трудно общаться с людьми, которые плохо слышат. Яркое солнце или тень тоже могут быть барьерами.
- Не все люди, которые плохо слышат, могут читать по губам. Вам лучше всего спросить об этом при первой встрече. Если ваш собеседник обладает этим навыком, нужно соблюдать несколько важных правил. Помните, что только три из десяти слов хорошо прочитываются.
- Нужно смотреть в лицо собеседнику и говорить ясно и медленно, использовать простые фразы и избегать несущественных слов.
- Нужно использовать выражение лица, жесты, телодвижения, если хотите подчеркнуть или прояснить смысл сказанного.

## При общении с инвалидом, испытывающим затруднения в речи: следует



- Не игнорировать людей, которым трудно говорить, потому что понять их — в ваших интересах.
- Не перебивать и не поправлять человека, который испытывает трудности в речи. Начинайте говорить только тогда, когда убедитесь, что он уже закончил свою мысль.
- Не пытайтесь ускорить разговор. Будьте готовы к тому, что разговор с человеком с затрудненной речью займет у вас больше времени. Не поправляйте его и не договаривайте за него. Повторите, что вы поняли, это поможет человеку ответить вам, а вам — понять его.
- Смотрите в лицо собеседнику, поддерживайте визуальный контакт.
- Не думайте, что затруднения в речи — показатель низкого уровня интеллекта человека.
- Старайтесь задавать вопросы, требующие коротких ответов или кивка.
- Не притворяйтесь, если вы не поняли, что вам сказали. Не стесняйтесь переспросить. Если вам снова не удалось понять, попросите произнести слово в более медленном темпе, возможно, по буквам.
- Не забывайте, что человеку с нарушенной речью тоже нужно высказаться.
- Если у вас возникают проблемы в общении, спросите, не хочет ли ваш собеседник использовать другой способ — написать, напечатать.



## При общении с инвалидами, имеющими психические нарушения



- Не следует думать, что люди с психическими нарушениями обязательно нуждаются в дополнительной помощи и специальном обращении.
- Обращайтесь с людьми с психическими нарушениями как с личностями. Не нужно делать преждевременных выводов на основании опыта общения с другими людьми с такой же формой инвалидности.
- Не следует думать, что люди с психическими нарушениями более других склонны к насилию. Если вы дружелюбны, они будут чувствовать себя спокойно.
- Неверно, что люди с психическими нарушениями имеют проблемы в понимании или ниже по уровню интеллекта, чем большинство людей.
- Если человек, имеющий психические нарушения, расстроен, спросите его спокойно, что вы можете сделать, чтобы помочь ему.
- Не говорите резко с человеком, имеющим психические нарушения, даже если у вас есть для этого основания.
- Список правил достаточно велик. Рассчитывайте на свой здравый смысл и способность к сочувствию, когда есть сомнения. Общение будет эффективными, когда Вы будете относиться к другому человеку, как к себе самому, уважительно.



## ЭТИКА ОБЩЕНИЯ И АДАПТАЦИЯ УСЛОВИЙ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ АУДИТОРИИ С РАЗЛИЧНЫМИ НОЗОЛОГИЯМИ

Многие люди с инвалидностью вынужденно находятся в изоляции от общества, испытывают недостаток регулярного общения. Такие люди часто не доверяют окружающим, не уверены в собственных способностях, чувствительны и ранимы. Поэтому при взаимодействии с ними необходимо соблюдать определенные правила общения:

- **Общайтесь с семьей вашего слушателя.** Человек с инвалидностью часто в значительной степени зависит от близких, с которыми живет. Важно понимать их опасения за его безопасность и демонстрировать свою компетентность не только в вопросах финансовой грамотности, но и этики общения. Рассказывайте им об обучении и совместных целях, не бойтесь спросить совета.
- **Будьте учтивы и внимательны.** Обращайтесь напрямую к человеку, имеющему инвалидность, а не к сопровождающему лицу или переводчику. Если человек плохо видит, называйте себя и тех людей, которые пришли с вами, комментируйте свои действия, предупреждайте, когда отходите в сторону. Не торопите и внимательно слушайте людей, имеющих проблемы с речью.
- **Прежде чем оказать помощь, спросите, нужна ли она.** Выслушайте указания человека с инвалидностью и только потом действуйте. Не стесняйтесь переспрашивать, если что-то не поняли.
- **Не относитесь к людям с жалостью или снисхождением.** Исключите покровительственный тон в общении — общаться нужно естественно и на равных.

- **Проверяйте лично места проведения мероприятий, оценивайте их доступность.** Если вы готовите встречу, в которой участвуют люди, использующие коляски или испытывающие трудности в передвижении, проверьте, чтобы там, где есть барьеры (пороги, ступени, двери и пр.), были сотрудники, готовые помочь. Позаботьтесь о том, чтобы человек, использующий коляску, мог дотянуться до нужных ему вещей.
- **Будьте дружелюбны и не бойтесь шутить.** Смех всегда разряжает обстановку и помогает наладить контакт.

Никогда не используйте слова «дефект/дефектный» и не делите людей на «нормальных/здоровых» и «ненормальных/неполноценных/больных». Слова «даун», «калека», «припадочный» — это оскорбления, исключите их из своего лексикона и следите, чтобы их не употребляли ваши знакомые. Не говорите, что человек «страдает» от определенного вида инвалидности.

## ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ С ЛЮДЬМИ С НАРУШЕНИЯМИ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА

Среди людей с инвалидностью, использующих коляску, не все утратили способность ходить. Многие могут передвигаться с помощью костылей или трости. Коляска для них — способ экономить силы и быстрее передвигаться. При общении с человеком в коляске расположитесь на одном уровне с его глазами, для того чтобы ему не приходилось запрокидывать голову. Будьте аккуратны и старайтесь не прикасаться к коляске до тех пор, пока вас не попросят об этом — это личное пространство человека, также не следует трогать трости, костыли, ходунки. Если вам разрешили везти коляску, сначала делайте это медленно. Коляска быстро набирает скорость, и неожиданный толчок может привести к потере равновесия. В случае, если человек испытывает сложности при ходьбе, будет уместно предложить принести его вещи и/или открыть дверь.

Помните, что, как правило, у людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата нет проблем со зрением, слухом и пониманием. Это значит, что вам подойдет любой формат проведения занятий.

## ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ С ЛЮДЬМИ С НАРУШЕНИЯМИ ЗРЕНИЯ

Незрячий человек может иметь различное состояние зрительной функции: тотальную слепоту, светоощущение, практическую слепоту (остаточное зрение сохранено). Слабовидящий человек — тот, у которого значительно снижена острота зрения.

Люди с нарушением зрения часто нуждаются в помощи и сопровождении. Для того чтобы правильно помочь человеку с нарушением зрения и не обидеть его, необходимо действовать следующим образом:

- Прежде чем предложить помощь, поинтересуйтесь необходима ли она.
- Начиная движение, предложите ему взять вас под руку и только после этого начинайте движение. Слабовидящий должен идти на расстоянии полушага от сопровождающего и по его движениям сам определять характер препятствия. При подъеме на лестницу или тротуар нужно сбавить темп и встать лицом к препятствию. Непосредственно на лестнице всегда идите на ступеньку вперед и держитесь свободной рукой за перила. При спуске поворачивайте в сторону коридора или улицу лишь после того, как сойдете с последней ступеньки. Если сделаете это раньше, человек может оступиться.
- Многие слабовидящие предпочитают ходить справа от сопровождающего, чтобы не сталкиваться со встречным потоком пешеходов. Для того чтобы поменяться местами, остановитесь так, чтобы слабовидящий обошел вас сзади. В узких проходах отводите руку назад и идите впереди, немного увеличив обычное расстояние между вами.
- Если слабовидящему необходимо помочь сесть, подведите его к стулу, чтобы он ощупал его спинку или подлокотник, скажите, где находится стол или место выступающего/лектора. Не нужно усаживать его принудительно.
- В начале занятия представьте незрячему всех присутствующих людей и скажите об их положении в пространстве, используя конкретные слова: «справа», «слева», «спереди», а не «там» и «здесь», и т.п. Если вам нужно изменить свое первоначальное местоположение, например, выйти куда-то или сесть в другой части комнаты, обязательно скажите слабовидящему об этом, чтобы ему не пришлось гадать, куда вы вдруг исчезли или почему ваш голос слышится теперь с другой стороны.
- Для того чтобы привлечь внимание незрячего или обратиться к нему, дотроньтесь рукой до его плеча или назовите по имени.
- Озвучивайте все действия и жесты. Говорить вслух надо почти все, даже если вы хотите дотронуться до человека и пожать ему руку.

Давайте точные описания: «Стол стоит в центре зала, в нескольких метрах от вас». Когда вы общаетесь с группой лиц, имеющих нарушения зрения, не забывайте каждый раз называть того, к кому вы обращаетесь.

- Не бойтесь употреблять слово «смотреть». Для человека, имеющего нарушения зрения, это означает «видеть руками», осязать.
- Не командуйте собакой-проводником, не трогайте ее и не играйте с ней.

Раздаточные материалы печатайте крупным шрифтом, по возможности рельефно-точечным шрифтом Брайля. Для этого совершенно не обязательно владеть им: достаточно ввести текст на русском языке в любой конвертер (например, [braille.ru](http://braille.ru)), отразить текст (кнопка «Для печати»), распечатать его и проколоть все точки острым грифелей карандаша, стрелом ручки или дыроколом.

Адаптируйте электронные материалы для озвучивания экранными дикторами и другими программами адаптивного доступа.

## ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ С ЛЮДЬМИ С НАРУШЕНИЯМИ СЛУХА

Различают несколько категорий людей с нарушениями слуха: полностью глухие, с частичной потерей слуха, слепоглухие.

Многие люди с нарушениями слуха, особенно молодые люди из крупных городов, не считают себя инвалидами, а относят себя к социокультурному меньшинству, у которого есть свой язык, культура, история, свои правила поведения, этика общения и общественные организации. Поэтому при общении с такими людьми помните о том, что:

1. У каждой категории слабослышащих может быть свой любимый способ коммуникации: голос, жесты, переписка на бумаге, планшете, смартфоне. Поинтересуйтесь, какой подходит больше.
2. Для слабослышащих и глухих очень важен визуальный контакт — во время разговора смотрите собеседнику в глаза.
3. Садитесь лучше с той стороны, где слабослышащий будет слышать вас лучше.
4. Говорить следует спокойно и четко. Не прикрывайте рот и лицо руками, чтобы собеседник мог видеть вашу артикуляцию. Не кричите — крик искажает артикуляцию, а человеку со слуховым аппаратом может просто причинить физическую боль.



5. Общаясь через переводчика жестового языка, нужно обращаться к собеседнику, а не к переводчику.
6. В присутствии неслышащего не следует общаться с другими людьми устной речью. В такой обстановке он почувствует себя не комфортно. Если синхронный перевод невозможен, попробуйте объяснить или вовлеките такого человека в вашу беседу иным образом.
7. Если вы услышали какой-то звук, например, звонок телефона в другой комнате, звонок в дверь, то предупредите глухого об этом и только потом уходите.

Члены сообщества глухих — сами глухие и связанные с ними слышащие люди — помимо «паспортных» имен имеют еще и жестовые имена, когда один жест обозначает конкретного человека. Это может быть связано с «говорящей» фамилией (Белов — жест «БЕЛЫЙ», Веселов — жест «ВЕСЕЛЫЙ»), с особенностями внешности (шрам, высокий рост, очки), поведения или характера (наивный, строгий). Запомните жестовое имя вашего слушателя.



## ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ С ЛЮДЬМИ С МЕНТАЛЬНЫМИ РАССТРОЙСТВАМИ

Среди общей группы лиц с расстройствами ментального характера различают людей:

- с нарушениями интеллектуального развития разной степени тяжести (повреждены восприятие, память, мышление, речь, интеллект);
- расстройствами аутистического спектра (может быть сохранен интеллект, проблемы взаимодействия, проблемы с речью, поведением);
- психическими расстройствами, поврежденным психическим развитием при органических поражениях ЦНС (может быть сохранен интеллект, проблемы взаимодействия, проблемы с речью, поведением).

Человек с интеллектуальными нарушениями, расстройствами аутистического спектра или психическими расстройствами является полноправной личностью, и наличие расстройств подобного рода далеко не всегда говорит о задержках интеллектуального развития или о сниженном интеллекте.

Наилучшим каналом донесения информации для такой аудитории являются близкие родственники, которым человек с ментальными нарушениями доверяет и к чьим рекомендациям прислушивается. Однако это не исключает и непосредственной работы с людьми с ментальными нарушениями.

Занятия лучше проводить индивидуально или в очень небольших группах, чтобы уделить достаточно внимания каждому слушателю.

В процессе занятия стремитесь построить доверительные отношения с аудиторией, для людей с ментальными расстройствами такая атмосфера является крайне важной и способствует повышению эффективности обучения.

Работая с данным типом аудитории, особое внимание надо уделить своей речи и методам донесения информации до слушателей:

1. Говорить просто и понятно, чтобы человеку было легко осознать и запомнить излагаемый вами материал.
2. Излагайте информацию последовательно, структурированно, нарочито подчеркивая этапы изложения, темы и подтемы, дополняя рассказ простыми для восприятия крупными сопроводительными иллюстрациями, фотографиями, схемами и диаграммами. Говорите мягко и без принуждения. Обязательно используйте многократное повто-

рение, чтобы информация отложилась у аудитории в памяти. Также можно раздать слушателям брошюры по теме, отвечающие стандартам Easy To Read.

3. Для иллюстрации и закрепления какой-либо темы придумайте простые игровые упражнения (групповые и индивидуальные), позволяющие слушателям пережить определенный опыт на практике, и по возможности смоделируйте для них несколько вариантов развития событий в каждой из рассматриваемых ситуаций.

Формат проведения занятий может быть любым — с презентациями, брошюрами, практическими играми и кейсами или любой иной на выбор. Тем не менее заранее уточните у слушателей, их родителей или опекунов, какие темы в общении не рекомендуется затрагивать и какое взаимодействие может вызвать негативную реакцию — например, некоторые жесты или физические взаимодействия, которые могут иметь место в процессе практических игр или кейсов.

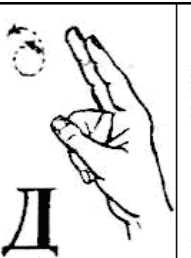
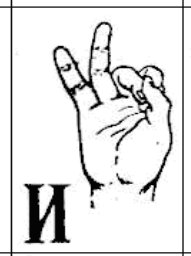
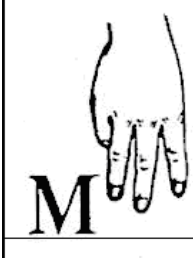
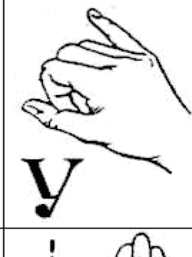
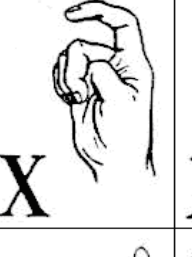
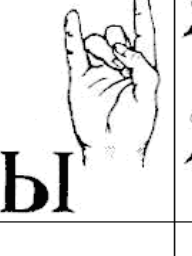
Важно избегать стрессовых факторов, способствующих потере равновесия и спокойствия, и мягко подталкивать аудиторию к принятию тех или иных фактов при наличии барьеров в восприятии.

Для человека с расстройствами аутистического спектра важна окружающая среда: избегайте шумных и ярко освещенных помещений, иных отвлекающих внимание факторов, которые могут мешать концентрации внимания. Человек, страдающий аутизмом, может не иметь проблем с запоминанием новой информации, однако у него наверняка будут сложности с ее пониманием. При необходимости дополните занятие большим количеством сопроводительных иллюстраций.

## БЛОК 4 МАТЕРИАЛЫ ПО ИЗУЧЕНИЮ РУССКОГО ЖЕСТОВОГО ЯЗЫКА

*Для простейшего общения между слышащими и неслышащими людьми*

### РУССКАЯ РУЧНАЯ АЗБУКА

 <b>А</b>	 <b>Б</b>	 <b>В</b>	 <b>Г</b>	 <b>Д</b>	 <b>Е</b>
 <b>Ж</b>	 <b>З</b>	 <b>И</b>	 <b>Й</b>	 <b>К</b>	 <b>Л</b>
 <b>М</b>	 <b>Н</b>	 <b>О</b>	 <b>П</b>	 <b>Р</b>	 <b>С</b>
 <b>Т</b>	 <b>У</b>	 <b>Ф</b>	 <b>Х</b>	 <b>Ц</b>	 <b>Ч</b>
 <b>Ш</b>	 <b>Щ</b>	 <b>Ъ</b>	 <b>Ы</b>	 <b>Ь</b>	 <b>Э</b>
 <b>Ю</b>	 <b>Я</b>				

## ОСНОВНЫЕ ЖЕСТЫ



На РЖЯ слово «Да» показывается двумя пальцами ладони, сжатой в кулак. Одним движением указательный и средний пальцы принимают положение остальных. Слово «Нет» похоже на приветствие, но открытая ладонь двигается только в одну сторону, противоположную от корпуса.





Многие говорят: «Язык жестов», – но правильно будет: жестовый язык.

Жестовый язык – это не пантомима, не мимика, а полноценная сложная лингвистическая система, со своими правилами, во многом отличными от грамматики русского языка. Жест представляет собой комбинацию из нескольких элементов – форма руки, место исполнения жеста, направление и характер движения, выражение лица. При изменении лишь одного из компонентов меняется смысл и значение жеста.





**машина**



**автобус**



**трамвай**



**троллейбус**



**метро**



**магазин**



**аптека**



**рынок**



**мобильник**



**интернет**



**телевизор**



**работа**



**полиция**



**врач**



**кошка**



**собака**



**есть**



**делать**



**знать**



**понимать**



**спрашивать**



**отвечать**



**помнить**



**говорить**



**смотреть**



**думать**



**ждать**



**забыть**



**чувствовать**



**спасать**



**хвалить**

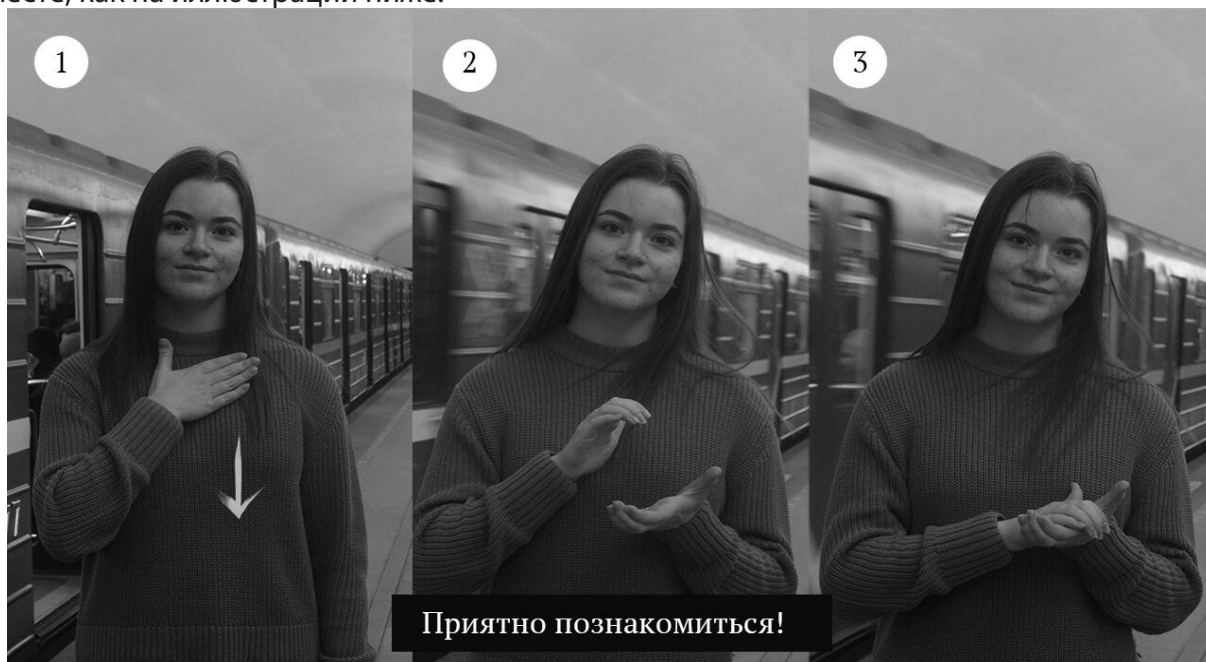
## ФРАЗЫ НА ЖЕСТОВОМ ЯЗЫКЕ<sup>2</sup>

### «Приятно познакомиться!»

Если все-таки человек подошел к слабослышащему или глухому парню или девушке, мужчине или женщине не в целях задать мимолетный вопрос, а завести знакомство, не стоит забывать о манерах.

Важно помнить о том, чтобы мимика лица не противоречила фразе, которую человек показывает руками, иначе это вызовет когнитивный диссонанс. Поначалу будет трудно, так как любой, кто только изучает жестовый язык, будет с задумчивым видом, нахмуренными бровями и бегающими глазами вспоминать жесты. Но немного практики и улыбка на лице сделают свое дело.

Чтобы сказать «Приятно познакомиться», открытой ладонью нужно провести вниз по грудной клетке. Затем образовать двумя ладонями нечто наподобие круга и соединить их вместе, как на иллюстрации ниже.



### «Я только учу жестовый язык»

Движения рук должны быть четкими, не смазанными, чтобы собеседник мог понять, что вы хотите ему сказать. Постарайтесь не делать лишних телодвижений. Увидев, что перед ним новичок в изучении языка, глухой человек также замедлит свои движения, чтобы вы успевали их переводить.

Фраза «Я только учу жестовый язык» послужит оправданием, почему человек не в силах полностью расшифровать слова собеседника. Или предложением к тому, чтобы разговор перешел на чтение по губам. Вначале нужно указать на себя, как на иллюстрации. Затем поднести кисть к голове и сделать короткое, не размашистое движение. Потом сложить ладони вместе с расставленными пальцами и словно потереть что-то между ними в воздухе круговым движением. Затем указать пальцем на свой нос и отвести руку в этом положении в сторону от корпуса.



### **«Ты глухой или говорящий?»**

Если человек глухой от рождения, ему сложнее воспринимать информацию даже при чтении по губам. А вот людям с приобретенной глухотой сделать это будет довольно просто, поэтому выяснение этого обстоятельства облегчит общение и еще больше сократит коммуникативный барьер.

Но если вы планируете общаться посредством чтения по губам, убедитесь, что для этого есть все условия. Например, на ваше лицо не отбрасывается тень, в помещении достаточно света, вы находитесь на достаточно близком расстоянии от собеседника (1–2 метра), чтобы он смог четко разглядеть мимику лица.

Фраза «Ты глухой или говорящий?» произносится всего в три жеста. Сначала нужно указать на собеседника («ты»), затем провести пальцем от рта до уха («глухой»). А затем сделать круговое движение, указывая на область рта («говорящий»).





### «Как тебя зовут?»

Говорить нужно медленно и четко, чтобы собеседник смог все расшифровать. При этом не стоит говорить шепотом или кричать, это исказит мимику лица. Многие люди общаются со слабослышащими людьми именно посредством жестового языка или чтения по губам. Потому что повышение тона, чтобы собеседник расслышал сказанное, может привлечь постороннее внимание и смутить его.

Чтобы спросить «Как тебя зовут?», нужно указать на собеседника (уже очевидно, что указывание пальцем в жестовом языке вовсе не моветон). А затем соединить указательный палец с большим, как на иллюстрации.

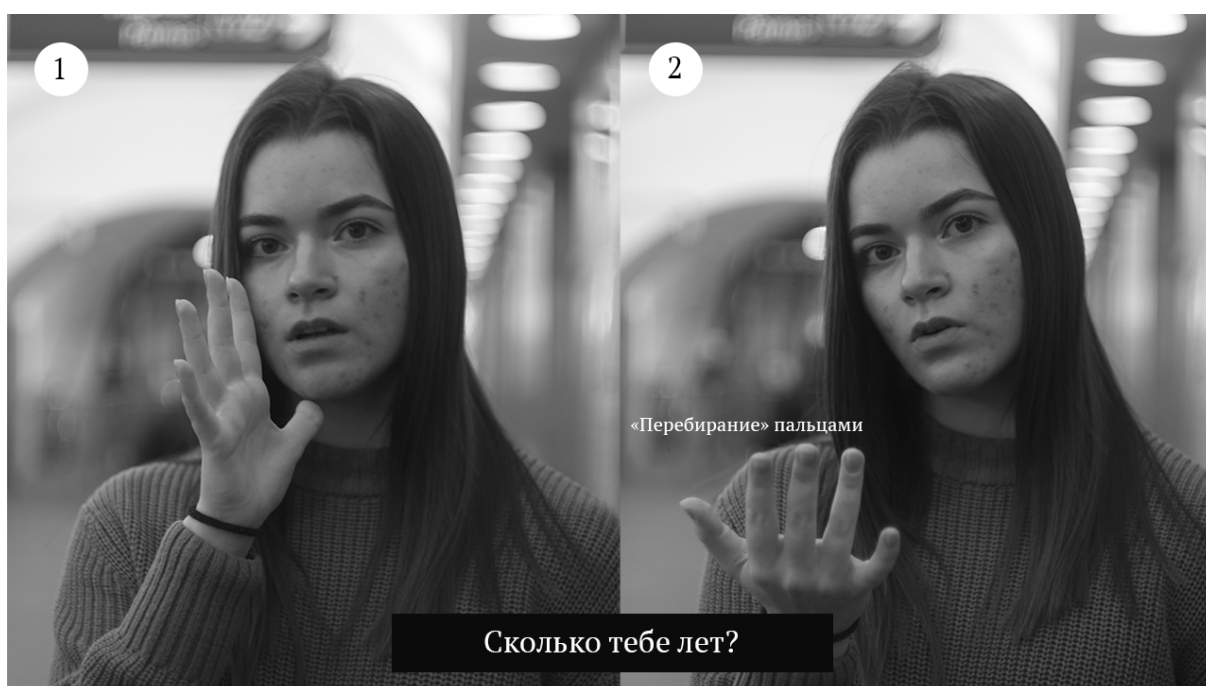




### «Сколько тебе лет?»

Кстати, вне зависимости от того, умеет ли собеседник читать по губам, у него могут возникнуть трудности с восприятием. Например, если у говорящего человека есть какие-то внешние особенности. Например, длинная густая борода и усы, которые частично закрывают рот. Во время разговора не стоит ничего есть или жевать жвачку. Есть и внешние факторы: для слабослышащих общение в том же шумном метро станет невозможным.

В хорошо освещенном, но шумном метрополитене стоит продолжить общение на РЖЯ. Например, спросить «Сколько тебе лет?». Для этого нужно поднести руку «ребром» к лицу, большой палец прислонить к подбородку и остальные свободно расставить. А потом перевернуть ладонь кверху и изобразить, будто вы перебираете струны на гитаре.



### «Ты учишься или работаешь?»

Еще одно преимущество жестового языка – люди, которые даже очень хорошо умеют читать по губам, понимают только около 35% сказанного. Поэтому же, если вы общаетесь таким способом, не стоит часто менять темы, так как глухой или слабослышащий собеседник опирается на контекст и может утратить нить разговора.

Хорошей темой для беседы станет вопрос о том, чем человек занимается. Чтобы спросить «Ты учишься или работаешь?», вначале нужно снова указать на собеседника. Потом поднять руку к макушке и сделать легкое движение кистью со сложенными вместе пальцами, как на фотографии ниже. И затем (если показываете правой рукой) коснуться сверху левой стороны груди и провести пальцами немного вниз. Каждый жест в этой фразе совершается с совсем небольшой амплитудой движений.



Так как жесты новичков, изучающих РЖЯ, слегка хаотичны и сопровождаются множеством лишних движений (совсем как слова-паразиты в нашей речи), стоит хотя бы визуально ставить точку, окончание своим фразам. Например, можно сделать это мимикой – улыбкой или кивком головы. Или задать встречный вопрос, узнать мнение или опыт собеседника.

### «Ты интересный человек»

Искренние комплименты считаются одной из составляющих этикета. Произносить их так же приятно, как получать. Вариантов для выражения своего отношения к человеку великое множество, но у нас всего-лишь мини-словарь. Поэтому используем только самое основное и необходимое.

Например, как поблагодарить неслышащего человека за приятную беседу? Можно сказать ему «Ты интересный человек». То есть указать на него, затем сжать пальцы в кулак, оставив только указательный и большой в позиции, будто вы пытаетесь удержать ими стакан. В таком положении нужно опустить руку вниз. А затем сделать жест, которым в театре теней изобразили бы зайчика, и совершить кистью круговое движение.



### «Хочешь еще увидаться?»

Вполне возможно, что человеку захочется продолжить знакомство с неслышащим человеком. Некоторым кстати это даже необходимо, если глухим оказался, например, коллега по работе. Другим понравилось общение, близок круг интересов и прочее. А практика помогает учить русский жестовый язык гораздо лучше методичек.

Чтобы спросить «Хочешь еще увидаться?», нужно рукой коснуться противоположного плеча, подняв большой палец вверх. Затем опустить руку ниже и образовать кистью подобие буквы «О» (сначала не соприкасаясь пальцами, затем прикоснувшись). А затем направить обе руки друг на друга, изображая символ «Ножницы» из игры «Камень, ножницы, бумага».

**«Давай обменяемся контактами?»**

Для глухих людей социальные сети и мессенджеры – это аналог телефонного звонка. Многие хорошо владеют письменной речью и общаются со знакомыми таким способом.

«Давай обменяемся контактами?»: сложите руки вместе («пожалуйста») и очертите в воздухе букву «N», которая означает номер.

Кстати, для завершения или прерывания диалога могут быть различные причины: вам пора на другую встречу, вам позвонили и попросили приехать, раздался стук в дверь). Пом-



ните о том, что глухой или слабослышащий человек может не заметить этих вещей, и если вы дернетесь с места без объяснения причины, это может трактоваться по-разному, даже грубостью, мол, вы просто развернулись и ушли.

Поэтому стоит всегда объяснять причину того, почему вы отвлеклись на телефон или пошли открывать дверь.



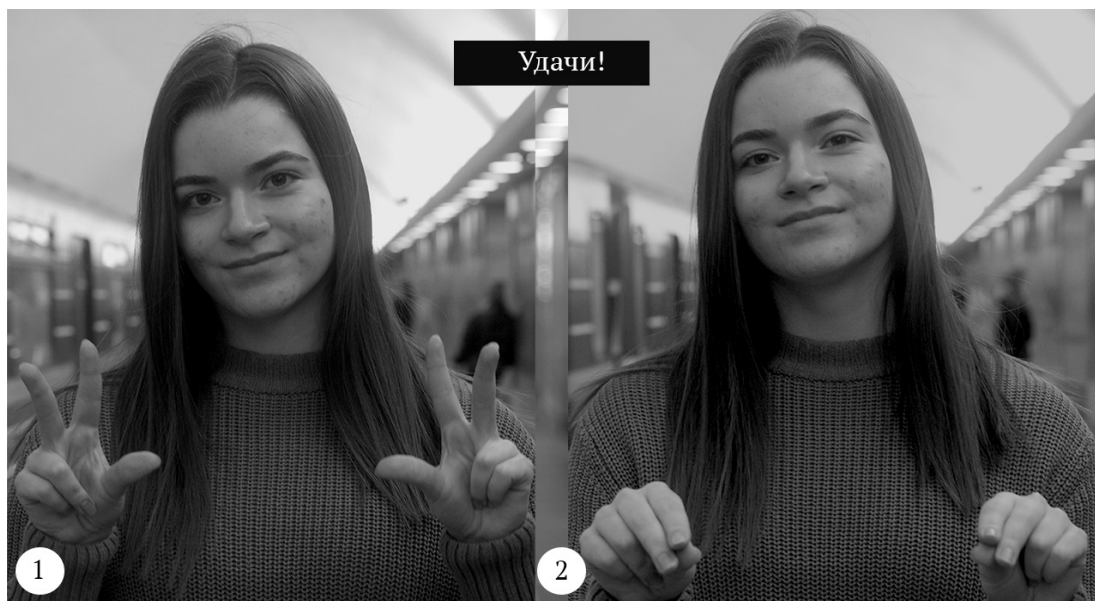
### «Удачи!»

Что же стоит знать об обратной вежливости в вашу сторону? Например, что глухие люди весьма прямолинейны и им не кажется чем-то неприличным указать вам на что-то. Он не хочет обидеть, но руководствуются принципом «если ты можешь видеть это, значит, ты сможешь это прокомментировать». Так что если у вас с момента последней встречи наблюдаются изменения во внешности (не важно, в худшую или лучшую сторону), собеседник обязательно расскажет вам об этом.

А теперь финальная фраза. В обычном русском языке вежливым аналогом стандартного прощания считается фраза «Всего доброго». На жестовом языке она прозвучит просто «Удачи!». Кстати, оно чем-то напоминает знак Peace (мир), но вместо двух пальцев отгибаются три.

Нужно поднять указательный, средний и большой пальцы, а затем соединить их вместе.





## НЕМНОГО О ГЛУХИХ И ОБЩЕНИИ НА ЖЕСТОВОМ ЯЗЫКЕ

Многие жесты, пусть и в другом значении, используются в повседневной жизни или в театре теней. Другие большинство людей использовали в раннем детстве, когда учились говорить. Конечно, это не упростит глубокое изучение русского жестового языка, но приятно осознавать, что начало уже положено, пусть оно существует на подкорке мозга, в недрах нашей памяти.

Человек нуждается в общении, и обществу стоит сделать первый шаг к разрушению этого барьера.

Русский жестовый язык (РЖЯ) – это национальная лингвистическая система, обладающая собственной лексикой и грамматикой, используемая для общения глухих и слабослышащих, живущих в России, на территории СНГ, а также ряде других стран: Израиль, Болгария и пр.

Общее число носителей РЖЯ более 120 тысяч человек.

Русский жестовый язык, вероятно, принадлежит к семье французской жестовой речи, также много лексики взято из австрийского жестового языка.

В русском жестовом языке сильное диалектное разделение. Имеются сведения о том, что от русской разновидности сильно отличаются варианты, существующие в Киргизии, Таджикистане и Узбекистане. Учебные заведения для детей с нарушениями слуха немногочисленны и находятся на значительном отдалении друг от друга, что также вызывает варьирование языка.

Грамматика русского жестового языка сильно отличается от грамматики русского словесного языка: поскольку слова сложнее преобразовывать морфологически, то грамматика (например, порядок и образование слов) более строгая, чем в русском языке.

Лексика русского жестового языка исследована недостаточно, особенно класс жестов, которые используются только в нём и не входят в лексику калькирующей жестовой речи, в частности, фразеологизмов. Собственно, сам РЖЯ считается мало изученным.

Первым исследователем русского жестового языка был директор Петербургского училища глухонемых, педагог Виктор Иванович Флери. Главный труд Флери – книга «Глухонемые, рассматриваемые в отношении к способам образования, самым свойственным их природе», изданная в 1835 году, впервые в истории анализировала жестовое общение глухих.

## Глухие люди. Какие они?

<b>поздноглохший слабослышащий</b>	<b>слабослышащий глухой</b>	<b>глухой</b>
		
<b>слух- 90-50%</b>	<b>слух- 49-1%(слышат звуки,но не всегда понимают слова)</b>	<b>слух-0%</b>
<b>носят слуховой аппарат</b>	<b>носят слуховой аппарат</b>	<b>слуховой аппарат ни к чему</b>
<b>не знают или плохо владеют жестом</b>	<b>хорошо или отлично владеют жестом</b>	<b>общаются жестом (калькированный жест)</b>
<b>не могут "читать" по губам</b>	<b>умеют "читать" по губам</b>	<b>плохо "читают" по губам</b>
<b>могут разговаривать по телефону</b>	<b>телефон-только СМС</b>	<b>телефон-СМС,а чаще через вебкамеру</b>
<b>фильмы смотрят с субтитрами и могут слушать без субтитров</b>	<b>фильмы смотрят с субтитрами</b>	<b>субтитры читают,но не воспринимают о чем.</b>

MURATOFF-ART

<http://www.liveinternet.ru/users/deafblogger/>

В конце 19 века в России преобладал устный метод обучения глухих, что вызвало вытеснение жестового языка звучащим. Известный сурдопедагог Николай Михайлович Лаговский, также активно изучавший жестовый язык, много писал об особенностях его «естественной» и «искусственной» формы. Однако, в отличие от Флери, он пришел к выводу, что жестовый язык не знает грамматических форм и правил. Правда, имея большой опыт работы с глухими детьми, он признал, что «жестовая речь могла бы быть полезна как вспомогательное воспитательное средство, но её трудно удержать «в дозволенных ей границах».

Еще со времён СССР в России существует ряд проблем, связанных с вопросами подготовки переводчиков РЖЯ: имеется сильный недостаток кадров, так как устаревшая система государственного образования приводит к тому, что переводчики не владеют современными жестами. Кроме того, в учебном процессе жестовому языку часто отводится вспомогательная роль.

Однако, в последние года идет серьезная работа по популяризации русского жестового языка. Все чаще родители и учителя глухих детей начинают изучать РЖЯ, чтобы общаться с ними естественным для них способом.

**9** довольно глупых фраз, которые не стоит использовать в общении с неслышащим человеком

1. «Вы не выглядите глухим!»

Люди с нарушениями слуха внешне ничем не отличаются от слышащих и совершенно не обязаны носить слуховой аппарат, как некий опознавательный знак.

2. «А ТЕПЕРЬ ВЫ МЕНЯ СЛЫШИТЕ???»

Не нужно кричать в разговоре с глухим человеком. Он все равно вас не услышит. Даже если неслышащий человек и способен воспринимать какие-то звуки – в первую очередь он обратит внимание на мимику вашего кричащего лица, и, скорее всего, сочтет вас неадекватным.

3. «Выыыы хотиииите кооооофе?»

То же самое можно отнести к странной медленной манере разговора с глухим человеком. Не растягивайте слова. Тем самым вы лишаете его возможности прочитать сказанное вами по вашим губам. Глухой человек прекрасно понимает обычный темп речи.

4. «О! Я тоже знаю жесты!»

Если вы не знаете жестового языка, не стоит изобретать свой собственный без крайней на то нужды. По большому счету, глухие люди вас все равно не поймут, хотя, возможно и оценят пылкость вашей натуры. Уважайте то, что «дом» или «кошка» уже имеют свое жестовое обозначение.

5. «Вы глухой и не знаете жестовый язык?»

Не все глухие люди были рождены с отсутствием слуха. Кто-то лишился его в процессе жизнедеятельности. Знание жестового языка не приходит к глухому человеку автоматически одновременно с потерей слуха.

6. «Как? Вы можете разговаривать???»

Да! Большое количество глухих и слабослышащих могут произносить слова, не слыша их.

7. «Давай, читай по моим губам»

Глухой человек может быть настоящим ниндзя в чтении по губам, но он не обязан делать это для вас. На самом деле, чтение по губам – довольно утомительное занятие. Вы действительно уверены в том, что понимание того, что вы говорите, стоит таких усилий со стороны человека с нарушениями слуха?

8. «Почему бы вам не сделать себе кохлеарную имплантацию?»

Кохлеарная имплантация – это серьезное вмешательство в организм, имеющее ряд противопоказаний, о которых глухой человек вовсе не обязан вам сообщать. Кроме того, большинство глухих имеют негативное отношение к имплантации, предпочитая сохранять собственную идентичность и возможность воспринимать мир так, как им было уготовано природой.

9. «Ооо, мне очень жаль...»

Никто не умер! Не нужно такой трагедии. Может статься, что глухой человек, которому вы посочувствовали таким образом, гораздо более счастлив, активен и реализован в жизни, чем вы сами.

## БЛОК 5 ГЛОССАРИЙ<sup>3</sup>

**Бизнес модель** – это описание того, каким способом организация (то есть ваш бизнес) будет работать, развиваться и оставаться успешной в течение длительного времени

**Буклет** – это один лист, согнутый единожды или несколько раз.

**Визитка** – традиционный носитель важной контактной информации о человеке или организации

**Выручка** – это доходы компании.

**Геоконтекстная реклама** – это показ рекламных сообщений на основе текущего местоположения пользователя

**Задачи «лягушками»** в тайм – менеджменте называют необходимые дела, которые не требуют много времени на их выполнение. Но из-за постоянного откладывания, простое дело перерастает в большие неприятности.

**Задачи «слон»** – это большие, объемные задачи

**Инвестирование** – размещение капитала с целью получения прибыли.

**Индивидуальный предприниматель (ИП)** – физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица. Субъект предпринимательской деятельности.

**Команда** – это небольшая группа людей, занятых выполнением определенной задачи.

**Контент** – это любое информационное наполнение чего-либо (картинки, текст, видеоролики и т.д.) (англ. content – содержание).

**Лидерский потенциал** – готовность занять позицию лидера в определенной деятельности, где лидер – это человек, обладающий знаниями, умениями, способностями в данной деятельности и способный организовать других на социально значимое дело.

**Маркетинг кит** – это полный комплект информации о вашей компании, предоставляемых услугах и товарах.

**Мечта** – это образ желаемого, созданное воображением с неопределенным сроком получения.

**Мотивация** – это совокупность внутренних и внешних факторов, которые стимулируют желание и энергию человека на поддержание интереса и посвящение его определенной деятельности либо приложению усилий для достижения цели.

**Наставничество («шефство»)** – универсальная технология передачи опыта, знаний, формирования навыков, компетенций, метакомпетенций и ценностей через неформальное взаимодействие, основанное на доверии и партнерстве.

**Предприниматель** – лицо, имеющее своё дело в целях получения прибыли в форме оказания услуг, торговли или производства.

**Прибыль** – это та сумма, на которую доходы превышают расходы.

**Продажи** – это процесс взаимоотношения между двумя лицами, который заканчивается обменом товара на деньги.

**Профориентационные программы** – совокупность программ, которые не только формируют систему представления о мире профессии, но и позволяют старшеклассникам развить уверенность в собственных силах в выборе личностных целей в значимой деятельности, средств и способов достижения поставленных целей, возможности производить реальную самооценку собственных действий.

**Публичное выступление** – способ взаимодействия с людьми, в ходе которого выступа-



ющий (оратор или спикер) доносит до слушателей некую информацию.

**Реклама** – это вид маркетинговой деятельности, направленный на привлечение клиентов и увеличения объема продаж за счет заранее оплаченной информации.

**Реклама** – это информация об определенном товаре или услуге, которая доносится до потребителя несколькими способами с целью популяризации продукции и привлечения внимания общественности к определенному объекту.

**Реклама** – это наиболее эффективный способ донести до конечного потребителя разработанную маркетологами информацию.

**Русский жестовый язык (РЖЯ)** – национальная лингвистическая система, обладающая собственной лексикой и грамматикой, используемая для общения глухих и слабослышащих.

**Самоорганизация** – это умение организовать себя.

**Самореализация** – выявление и развитие индивидом личностных способностей во всех сферах деятельности.

**Социальная сеть** – это веб-сайт, предназначенный для организации и отражения социальных отношений между людьми.

**Сторитейлинг** – какой-то рассказ (часто вымышленный) из жизни человека, в конце которого читателя подводят к необходимости купить определенный товар или воспользоваться услугой

**Субъект малого и среднего предпринимательства (СМСП)** – к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации и соответствующие условиям, установленным частью 1.1 настоящей статьи, хозяйственные общества, хозяйственные товарищества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели.

**Тайм-менеджмент** – технология организации времени и повышения эффективности его использования.

**Техника продаж** – это не только сами этапы продаж, которые служат костяком любой продажи, но и отточенное умение оперировать свойствами и выгодами товара, невербальное и пара вербальное общение с клиентом.

**Упаковка бизнеса** – это комплекс мероприятий, направленный на привлечение целевого клиента, его удержание и стимуляцию совершения покупки.

**Упаковка бизнеса** – это та оболочка, которая помогает добраться до сути предлагаемых вами ценных продуктов или услуг.

**Холодный звонок** – деятельность менеджеров по обзвону потенциальных клиентов, с которыми ранее не имели дела.

**Хронофаг** – пожиратель времени.

**Цель** – это объект желаемого с определенным сроком достижения, подкрепленная планом и действием.



## БЛОК 6 ИНТЕРНЕТ РЕСУРСЫ

1. Сайт фонда президентских грантов, <https://президентскиегранты.рф/>
2. Всероссийское общество глухих, <http://voginfo.ru>
3. Краснодарское региональное отделение общероссийской общественной организации инвалидов «Всероссийское общество глухих», <https://vk.com/vog23kuban>
4. Информационный портал глухих, [www.deafnet.ru](http://www.deafnet.ru)
5. Страничка «ВКонтакте» Краснодарская краевая молодежная общественная социально-патриотическая организация «Регион 93», [https://vk.com/mol.region\\_93](https://vk.com/mol.region_93)
6. Страничка «Инстаграм» Краснодарская краевая молодежная общественная социально-патриотическая организация «Регион 93», <https://www.instagram.com/mol.inkluzia.kuban/>
7. Сайт Краснодарская краевая молодежная общественная социально-патриотическая организация «Регион 93», <http://регион-93.рф/>
8. Страничка «ВКонтакте» Молодежное Движение Глухих Кубани, <https://vk.com/mdgk23>
9. Страничка «ВКонтакте» Государственное казенное учреждение Краснодарского края «Молодежный центр развития личности», <https://vk.com/molodcenterkrasnodar>
10. Сайт Государственное казенное учреждение Краснодарского края «Молодежный центр развития личности», <http://мол-центр.рф/>
11. Государственное казенное учреждение Краснодарского края «Центр молодежных инициатив», <https://vk.com/rabotakuban>
12. Официальная группа Арт-кластера «Таврида» в Краснодарском крае, [https://vk.com/tavrida\\_art\\_krd](https://vk.com/tavrida_art_krd)
13. Управление молодежной политики министерства образования, науки и молодёжной политики Краснодарского края, <https://vk.com/molodinfo>
14. Краснодарская краевая молодежная общественная организация «Кубанский союз молодежи», <https://vk.com/kubsomol>
15. Краснодарская региональная общественная организация Общероссийской общественной организации «Российский Союз Молодёжи» – [https://vk.com/rsm\\_kuban](https://vk.com/rsm_kuban)
16. Ресурсный центр поддержки гражданского общества Кубани – <https://vk.com/rckuban>
17. Официальная страница Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь) <http://fadm.gov.ru>, <https://vk.com/rosmolodez>
18. Краснодарское региональное отделение Общероссийской общественно-государственной детско-юношеской организации «Российское движение школьников» – <https://vk.com/krasrdsh>
19. Краснодарское региональное детско-юношеское общественное движение «Союз казачьей молодежи Кубани» – <http://скмк.рф/>
20. Краснодарская краевая общественная организация ветеранов (пенсионеров, инвалидов) войны, труда, Вооруженных Сил и правоохранительных органов – <http://oovkk.ru/>
21. подростков и молодежи В.А. Козлова» – <http://uo-abinskukuban.ru/>
22. Краснодарская краевая общественная организация содействия развитию социальной активности молодежи – [https://vk.com/mol\\_patrulkk](https://vk.com/mol_patrulkk)
23. Краснодарское региональное отделение Российского союза сельской молодежи – [https://vk.com/krd\\_rssm](https://vk.com/krd_rssm)

## ОРГАНЫ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИЕ УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

	Муниципальное образование	Сайт	Ссылки в соц. сетях
1.	Абинский район	<a href="http://uo-abinskukuban.ru/">http://uo-abinskukuban.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/public96263829">https://vk.com/public96263829</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/molod.abinskogo.raiona/?utm_source=ig_profile_share&amp;igshid=gfvm9pjd2w7">https://www.instagram.com/molod.abinskogo.raiona/?utm_source=ig_profile_share&amp;igshid=gfvm9pjd2w7</a>
2.	город-курорт Анапа	<a href="http://yuzhak.ru/">http://yuzhak.ru/</a>	инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/anapa_udm/">https://www.instagram.com/anapa_udm/</a> вконтакте: <a href="https://vk.com/molodej_anapa">https://vk.com/molodej_anapa</a> вконтакте: <a href="https://vk.com/anapa_molodej">https://vk.com/anapa_molodej</a>
3.	Апшеронский район	<a href="http://molodejka93.ru/">http://molodejka93.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/club50587241">https://vk.com/club50587241</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/molodezhka_apsheronsk/">https://www.instagram.com/molodezhka_apsheronsk/</a>
4.	г. Армавир	<a href="https://armavirmolod.ru/">https://armavirmolod.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/molodarm">https://vk.com/molodarm</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/armavirmolod/">https://www.instagram.com/armavirmolod/</a>
5.	Белоглинский район	<a href="http://molod-bg.ru/">http://molod-bg.ru/</a>	инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/molodezh_bg_official/">https://www.instagram.com/molodezh_bg_official/</a> вконтакте: <a href="https://vk.com/public87644538">https://vk.com/public87644538</a>
6.	Белореченский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/molodezh_belorechenskogo_rajona">https://vk.com/molodezh_belorechenskogo_rajona</a>
7.	Брюховецкий район		вконтакте: <a href="https://vk.com/bruchodm">https://vk.com/bruchodm</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/adm_bryukhovetsk_district/">https://www.instagram.com/adm_bryukhovetsk_district/</a>
8.	Выселковский район	<a href="http://www.molodej.viselki.ru/">http://www.molodej.viselki.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/viselkimc">https://vk.com/viselkimc</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/molodejviselki/">https://www.instagram.com/molodejviselki/</a>
9.	город-курорт Геленджик	<a href="http://molod-gel.ru/">http://molod-gel.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/molodpuls">https://vk.com/molodpuls</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/kcsom_puls/">https://www.instagram.com/kcsom_puls/</a>
10.	г. Горячий Ключ	<a href="http://ovmp-gk.ru/">http://ovmp-gk.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/id297179633">https://vk.com/id297179633</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/molod_gk/">https://www.instagram.com/molod_gk/</a>
11.	Гулькевичский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/odm_gul">https://vk.com/odm_gul</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/molod.gulk/">https://www.instagram.com/molod.gulk/</a>
12.	Динской район		вконтакте: <a href="https://vk.com/molod_din">https://vk.com/molod_din</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/dinskaya_molodej/">https://www.instagram.com/dinskaya_molodej/</a>
13.	Ейский район	<a href="http://molod.yeiskraion.ru/">http://molod.yeiskraion.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/molodyeiskinfo">https://vk.com/molodyeiskinfo</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/udm_eysk/">https://www.instagram.com/udm_eysk/</a>
14.	Кавказский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/kav_molod">https://vk.com/kav_molod</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/kav_molod/">https://www.instagram.com/kav_molod/</a>
15.	Калининский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/kalina_odm">https://vk.com/kalina_odm</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/kalina_odm/">https://www.instagram.com/kalina_odm/</a>

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ  
для людей с ограниченными возможностями здоровья, по обучению основам предпринимательства  
для участников курса «Предприниматель будущего»

16.	Каневской район		вконтакте: <a href="https://vk.com/club60098777">https://vk.com/club60098777</a>
17.	Кореновский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/molodkorenovsk">https://vk.com/molodkorenovsk</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/molodkorenovsk/">https://www.instagram.com/molodkorenovsk/</a>
18.	Красноармейский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/club62244797">https://vk.com/club62244797</a>
19.	г. Краснодар	<a href="http://molodej.info/">http://molodej.info/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/udm_krd">https://vk.com/udm_krd</a> <a href="https://vk.com/patriot_krd">https://vk.com/patriot_krd</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/mol_krasnodar/">https://www.instagram.com/mol_krasnodar/</a> <a href="https://www.instagram.com/patriot_krd/">https://www.instagram.com/patriot_krd/</a>
20.	Крыловской район	<a href="https://kdm261.wixsite.com/kdm261">https://kdm261.wixsite.com/kdm261</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/mukcmkr">https://vk.com/mukcmkr</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/molodcentr_kril/">https://www.instagram.com/molodcentr_kril/</a>
21.	Крымский район	<a href="http://xn--d1akdabfelbbyn2k.xn--p1ai/">http://xn--d1akdabfelbbyn2k.xn--p1ai/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/odm_krymsk">https://vk.com/odm_krymsk</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/odm_krymsk/">https://www.instagram.com/odm_krymsk/</a>
22.	Курганинский район	<a href="http://xn-----7kcbaoobjkzpgdgpzbfdbld1bkv3cys.xn--p1ai/">http://xn-----7kcbaoobjkzpgdgpzbfdbld1bkv3cys.xn--p1ai/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/odmkurganinsk">https://vk.com/odmkurganinsk</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/odmkurg/">https://www.instagram.com/odmkurg/</a>
23.	Куцевский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/odm4ever">https://vk.com/odm4ever</a>
24.	Лабинский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/club96565896">https://vk.com/club96565896</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/upravmolodlab/">https://www.instagram.com/upravmolodlab/</a>
25.	Ленинградский район	<a href="https://odm.my1.ru/">https://odm.my1.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/lenmolod">https://vk.com/lenmolod</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/lenmolodezh/">https://www.instagram.com/lenmolodezh/</a>
26.	Мостовский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/mostodm">https://vk.com/mostodm</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/odm_most/">https://www.instagram.com/odm_most/</a>
27.	Новокубанский район	<a href="http://molodnvk.ru/">http://molodnvk.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/clubmolodejka">https://vk.com/clubmolodejka</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/molodnvk/">https://www.instagram.com/molodnvk/</a>
28.	Новопокровский район	<a href="https://xn--d1aqee.xn--p1ai/">https://xn--d1aqee.xn--p1ai/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/npokrodm">https://vk.com/npokrodm</a>
29.	город-герой Новороссийск	<a href="http://odm-nvrsk.ru/">http://odm-nvrsk.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/odmnvrsk">https://vk.com/odmnvrsk</a>
30.	Отрадененский район	<a href="https://molodotr.wixsite.com/molod-otr">https://molodotr.wixsite.com/molod-otr</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/kdm_otr">https://vk.com/kdm_otr</a>
31.	Павловский район	<a href="https://molod.pavl23.ru/#/">https://molod.pavl23.ru/#/</a>	инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/molod_pavl_123/">https://www.instagram.com/molod_pavl_123/</a> вконтакте: <a href="https://vk.com/odm_pr">https://vk.com/odm_pr</a> <a href="https://www.instagram.com/otdel_molod_pavl_rayon/">https://www.instagram.com/otdel_molod_pavl_rayon/</a>
32.	Приморско-Ахтарский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/odm_primorsko_aharsk">https://vk.com/odm_primorsko_aharsk</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/odm_praht/">https://www.instagram.com/odm_praht/</a>
33.	Северский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/id126732152">https://vk.com/id126732152</a>
34.	Славянский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/molodsnk">https://vk.com/molodsnk</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/molodsnk/">https://www.instagram.com/molodsnk/</a>
35.	г. Сочи	<a href="http://www.molodsochi.ru/">http://www.molodsochi.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/molodvsegda">https://vk.com/molodvsegda</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/molodsochi/">https://www.instagram.com/molodsochi/</a>
36.	Староминской район	<a href="http://www.molod-st.ru/">http://www.molod-st.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/moicentr.starominska2015">https://vk.com/moicentr.starominska2015</a>

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ  
для людей с ограниченными возможностями здоровья, по обучению основам предпринимательства  
для участников курса «Предприниматель будущего»

37.	Тбилисский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/tbilisskayamolod">https://vk.com/tbilisskayamolod</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/odm_tbilisskay/">https://www.instagram.com/odm_tbilisskay/</a>
38.	Темрюкский район	<a href="http://mol-temruk.ru/">http://mol-temruk.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/moltemruk">https://vk.com/moltemruk</a>
39.	Тимашевский район	<a href="http://www.timodm.ru/index.php/ru/">http://www.timodm.ru/index.php/ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/otdel_molod">https://vk.com/otdel_molod</a> <a href="https://vk.com/timmolod">https://vk.com/timmolod</a>
40.	Тихорецкий район		вконтакте: <a href="https://vk.com/tihrai">https://vk.com/tihrai</a>
41.	Туапсинский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/tumolod93">https://vk.com/tumolod93</a> инстаграм: <a href="https://www.instagram.com/tumolod93/">https://www.instagram.com/tumolod93/</a>
42.	Успенский район	<a href="http://uspodm.ru/">http://uspodm.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/uspenskiy17">https://vk.com/uspenskiy17</a>
43.	Усть-Лабинский район		вконтакте: <a href="https://vk.com/molodezhustlabinsk">https://vk.com/molodezhustlabinsk</a>
44.	Щербиновский район	<a href="https://odmsheerb.ru/">https://odmsheerb.ru/</a>	вконтакте: <a href="https://vk.com/molodew93">https://vk.com/molodew93</a>

## БЛОК 7 РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА<sup>4</sup>

### Персонал и управление

- 01 «Как оценить человека за час.»  
Светлана Иванова.
- 02 «Идеальный руководитель. Почему им нельзя стать и что из этого следует.» Ицхак Адизис.
- 03 «Пять пороков команды. Притчи о лидерстве.»  
Патрик Ленсоне.
- 04 «Почему не все любят ходить на работу. Правда о вовлеченности сотрудников.» Патрик Ленсоне.
- 05 «Лидер и племя. Пять уровней корпоративной культуры.» Джон Кинг, Дэйв Логан, Хэли Фишер-Райт.

### Маркетинг

- 01 «Век клиента».  
Поташев Максим, Левандовский Михаил
- 02 «Клиентология. Чего на самом деле хотят ваши покупатели». Грейвс Филип Манн, Иванов и Фербер
- 03 «Маркетинг без диплома. Просто и практично».  
Янч Джон Манн, Иванов и Фербер,
- 04 «Что любят клиенты. Практическое руководство по расширению вашего бизнеса». Беквит Гарри Питер
- 05 «Доверительный маркетинг. Как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя».  
Годин Сет
- 06 «Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах».  
Левинсон Джей Конрад, Манн, Иванов и Фербер
- 07 «Buyology: Увлекательное путешествие в мозг современного потребителя». Линдстром Мартин

### Интернет-маркетинг

- 01 «Сайт на миллион» Сергей Новицкий
- 02 «Бизнес-сайт. Как найти клиентов и увеличить продажи» Михаил Христосенко
- 03 «Google AdWords. Исчерпывающее руководство»  
Брэд Геддс
- 04 «Контекстная реклама, которая работает. Библия Google AdWords» Перри Маршалл, Брайан Тодд
- 05 «Ключевые принципы повышения конверсии веб-сайта» Брайан Айзенберг, Джеффри Айзенберг  
«Добавьте в корзину».
- 06 «Маркетинговые игры» Антон Попов
- 07 «Веб-аналитика» Марко Хасслер
- 08 «Маркетинг в социальных сетях» Дамир Халилов
- 09 «E-mail-маркетинг. Как привлечь и удержать клиентов»  
Дмитрий Демин
- 10 «Интернет-маркетинг на 100%»  
Никита Андросов, Ирина Ворошилова

### Сервис и клиентоориентированность

- 01 «Клиенты на всю жизнь» Карл Сьюэлл и Пол Браун
- 02 «Искренняя лояльность» Фред Райхельд и Роб Марки
- 03 «Превосходя ожидания» Рик Баррера
- 04 «Первоклассный сервис как конкурентное преимущество» Джон Шоул
- 05 «Как завоевать клиента» Нейл и Мюрей Рафел
- 06 «Фирмы, несущие любовь» Рэй Сисодиа, Джаг Шет,
- 07 «Девид Вольф Клиентология» Филип Грейвс
- 08 «Выдающийся сервис, отличная прибыль» Леонардо Ингильери и Мика Соломон
- 09 «Точки контакта» Игорь Манн и Дмитрий Турусин
- 10 «Хорошие манеры и деловой этикет» Елена Бер



## Продажи

01	«Клиенты на всю жизнь.» Карл Сьюэлл	08	«Техники холодных звонков» Стивен Шифман
02	«СПИН-продажи» Ник Рекхэм	09	«Жесткие продажи» Ден Кеннеди
03	«Корпоративная презентация» Дмитрий Лазарев	10	«Жесткий директ-маркетинг» Ден Кеннеди
04	«Искусство презентации» Алексей Каптерев	11	«Проактивные продажи» Альберт Тютин
05	«Мастер звонка» Евгений Жигилий	12	«Школа продаж» Александр Дервицкий
06	«Чемпионы продаж» Мэттью Диксон и Brent Ламсон	13	«Больше денег от вашего бизнеса» Александр Левитас
07	«Психология убеждения» Роберт Чалдини		

## **БЛОК 8**

# **ПРАВИЛА ПРЕБЫВАНИЯ УЧАСТНИКА НА МОЛОДЕЖНОМ ИНКЛЮЗИВНОМ ИНТЕНСИВЕ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ БУДУЩЕГО»**

*(далее – Интенсив)*

### 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Все участники Интенсива обязаны знать и соблюдать положение о молодежном инклюзивном интенсиве «Предприниматель будущего» (далее – Положение), настоящие Правила пребывания (далее – Правила) размещенные в социальной сети «ВКонтакте» ([https://vk.com/mol.region\\_93](https://vk.com/mol.region_93) в разделе Документы).

1.2 Перед началом проведения Интенсива каждый участник должен знать данные Правила, тем самым дав согласие о их соблюдении. Участник самостоятельно несет ответственность за свою жизнь и здоровье в период пребывания на Интенсиве.

### 2. СПИСОК ЗАПРЕЩЕННЫХ ПРЕДМЕТОВ ДЛЯ ПРОНОСА НА ИНТЕНСИВЕ

- алкогольные и спиртосодержащие напитки, в том числе пиво;
- колющие и режущие предметы, использование которых не предусмотрено бытовыми нуждами пребывания на Интенсиве;
- огнестрельное и холодное оружие всех видов (включая газовое);
- газовые баллончики и патроны к газовым пистолетам (револьверам) с наполнением нервнопаралитического и слезоточивого воздействия;
- взрывчатые вещества и предметы ими начиненные, боеприпасы, иллюминирующие вещества и ракеты;
- сжатые и сжиженные газы, газы для бытового пользования;
- ядовитые отравляющие и раздражающие вещества;
- воспламеняющиеся твёрдые вещества и жидкости;
- психотропные и наркотические вещества;
- лекарственные средства, опускающиеся по рецепту врача при отсутствии документа, подтверждающего необходимость применения данного лекарства.

### 3. ПРОЖИВАНИЕ НА ИНТЕНСИВЕ

#### 3.1 Участники Интенсива обязаны:

- постоянно носить личную карточку (бейдж), выданную командой по реализации общественно полезной программы ККМОСПО «Регион 93» (далее – организаторы);
- соблюдать условия масочного режима (постоянное ношение маски в помещении), социального дистанцирования (не менее 1,5 метров) и использовать дезинфицирующие средства, а также другие рекомендации Роспотребнадзора по соблюдению всех необходимых санитарно-эпидемиологических норм;
- присутствовать на мероприятиях, проводимых на Интенсиве согласно программе Интенсива;
- выполнять распоряжения организаторов, связанные с организацией проживания, дисциплиной, выполнением программы Интенсива;
- соблюдать правила личной гигиены, следить за чистотой и порядком в своем номере;
- соблюдать меры безопасности при пользовании острыми предметами;

- не употреблять в пищу испорченные продукты, дикорастущие растения, не пить загрязненную и некипяченую воду из водоемов;
- справлять биологические потребности в специально отведенных для этого местах;
- складировать мусор только в специально отведенных для этих целей местах;
- быть достойным представителем своей делегации.

### 3.2 Участники Интенсива имеют право:

- принимать участие во всех мероприятиях, проводимых на Интенсиве;
- досрочно уехать, написав организаторам соответствующее заявление и передать его, а также поставив в известность руководителя своей делегации.

### 3.3 Участникам Интенсива запрещается:

- приносить, хранить, употреблять и распространять алкогольные напитки (в том числе слабоалкогольные: пиво, вино, коктейли и пр.), наркотические и психотропные вещества;
- курить в неположенных местах;
- пользоваться открытым огнем, разводить костры и использовать приборы с открытым огнем;
- нарушать границы частных владений, примыкающих к территории Интенсива;
- изменять местонахождение оборудования на мероприятиях, проводимых на Интенсиве, и мешать участию в них других делегаций;
- провозить на территорию животных;
- употреблять ненормативную лексику; нарушать нормы поведения в общественных местах;
- устраивать провокации, проводить митинги и протестные акции;
- брать чужие вещи и предметы;
- пить воду в санитарных зонах и иных местах, не оборудованных чистой питьевой водой;
- употреблять в пищу испорченные продукты, дикорастущие растения.

## 4. МЕРЫ БЕЗОПАСНОСТИ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ УЧАСТНИКОВ

4.1 Во время участия в программе Интенсива участники обязаны соблюдать меры безопасности и выполнять все распоряжения организаторов;

4.2 В случае чрезвычайных происшествий участники Интенсива обязаны сообщить об этом организаторам;

4.3 При отъезде с территории отеля участники обязаны навести порядок в месте своего проживания;

4.4 При передвижении по дорогам общего пользования участники Интенсива обязаны соблюдать правила дорожного движения;

4.5 Участники Интенсива несут материальную ответственность за порчу либо утрату имущества (вещи, оборудование, техника, строение и пр.), а также наказание за причиненный ущерб природным ресурсам (водоемы, зеленые насаждения, дикие животные и пр.) в соответствии с законодательством Российской Федерации;

4.6 Участники самостоятельно несут ответственность за свои привезенные ценные вещи, технику, оборудование и пр.

4.7 Участники Интенсива, нарушившие настоящие Правила (при однократном нарушении п. 2 «Проживание на территории» и п. 3 «Меры безопасности и ответственность участников», и трехкратном нарушении остальных пунктов), исключаются из числа участников Интенсива и в сопровождении лиц организаторов покидают территорию отеля, после чего обязаны самостоятельно направиться в место своего постоянного пребывания. Расходы по нахождению за территорией отеля участник несет самостоятельно. Персональные данные

исключенных участников вносятся в базу данных нарушителей Правил Интенсива и направляются в командирующие организации.

4.8 При заезде на территорию Интенсива участникам измеряют температуру тела, если она превышает норму, организаторы имеют право отказать в заезде на Интенсив. В таком случае все расходы по пребыванию за территорией Интенсива участник несет самостоятельно.

#### ПРАВИЛА БЕЗОПАСНОСТИ ПРАВИЛА ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

• каждый участник Интенсива обязан строго соблюдать правила пожарной безопасности;

• лица, нарушившие требования пожарной безопасности, а также иные правонарушения в области пожарной безопасности могут быть привлечены к дисциплинарной, административной или уголовной ответственности в соответствии с действующим законодательством (№69-ФЗ от 21 декабря 1994 года).

#### ЗАПРЕЩАЕТСЯ:

• применять открытый огонь в отеле;  
• на всей территории отеля пользоваться открытым огнем, разводить костры и использовать приборы с открытым огнем;

• курить на территории отеля (кроме специально отведенных мест), бросать окурки на пол или в другие места;

• нарушать состояние электропроводки, самовольно удлинять провода, вставлять самодельные предохранители, обертывать и клеивать электролампы и электропровода бумагой и материей, подвешивать на проводах какие-либо предметы, закручивать или завязывать электропровода узлом и т.д.;

• складывать бумагу либо другой горючий материал на обогревательных приборах;

• приносить в отель или хранить в нем легковоспламеняющиеся жидкости и взрывоопасные вещества;

• использовать электроутюги, электроплитки, электрочайники, кипятильники, а также оставлять без присмотра включёнными в электрическую сеть другие бытовые электроприборы, в том числе находящиеся в режиме ожидания, за исключением электроприборов, которые могут или должны находиться в круглосуточном режиме работы в соответствии с инструкцией завода – изготовителя;

• в случае пожара или обнаружения признаков горения (запах гари, задымление): немедленно сообщите о случившемся по телефону 101 или организатору, укажите свое местоположение, место возникновения пожара и свою фамилию;

• примите меры к тушению возгорания имеющимися средствами; • если ликвидировать очаг горения своими силами не представляется возможным, покиньте помещение и закройте дверь, не запирая на замок;

• покиньте опасную зону и действуйте по указанию администрации пожарной охраны.

По вопросам, связанным с проведением интенсива, обращаться по телефонам:

*Виктория Хахалева +7 (909) 4477729*

*Елизавета Именинник +7 (937) 7022672*

[kkoo.region93@gmail.com](mailto:kkoo.region93@gmail.com)

[https://vk.com/mol.region\\_93](https://vk.com/mol.region_93)

<https://www.instagram.com/mol.inkluzia.kuban/>

<http://molinkl.tilda.ws/>

<https://taplink.cc/mol.inkluzia.kuban>

Интенсив проводится с учетом Постановления Главного государственного санитарного врача по Краснодарскому краю от 25.03.2020 № 6 «О введении ограничительных мероприятий в организациях и на объектах» (с изменениями и дополнениями) и Постановления главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 13.03.2020 № 129 «О введении режима повышенной готовности на территории Краснодарского края и мерах по предотвращению распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» (с изменениями и дополнениями), а так же СП 3.1.3597-20 «Профилактика новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» (утвержденные постановлением Главного государственного врача Российской Федерации от 22.05.2020 № 15), Постановления главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 24 июня 2021 года № 369 «О продлении режима «Повышенная готовность» и внесении изменений в постановление главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 13 марта 2020 г. № 129 «О введении режима повышенной готовности на территории Краснодарского края и мерах по предотвращению распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19)».



## БЛОК 9

# ПАМЯТКА ДЛЯ ГОСТЕЙ Г. КРАСНОДАРА

### **Мероприятие:**

Молодежный инклюзивный патриотический интенсив «Предприниматель будущего»

### **Место проведения:**

Отель «Хемингуэй», г. Краснодар, ул. Энергетиков, 5

### **Как добраться до отеля:**

#### ***Железнодорожный вокзал «Краснодар -1»***

«Железнодорожная» – «Энергетиков» (Трамвай № 5)

«Железнодорожная» – «Детские ясли» (Трамвай № 4)

«Лунный переулок» – «Краевая» (Троллейбус № 7; Маршрутное такси № 30)

«Лунный переулок» – «Игнатова» (Троллейбус № 12; Маршрутное такси № 28, № 65)

«Лунный переулок» – «Первомайская» (Троллейбус № 20; Маршрутное такси № 44)

«Лунный переулок» – «Пожарная часть» (Маршрутное такси № 39)

«Автовокзал Краснодар-1» – «ТЭЦ» (Автобус № 538, № 406)

#### ***Железнодорожный вокзал «Краснодар -2»***

«Гаврилова» – «Энергетиков» (Трамвай № 5)

«Гаврилова» – «Игнатова» (Автобус № 2; Маршрутное такси №93)

«Гаврилова» – «Первомайская» (Автобус № 10; Маршрутное такси № 7, № 31, № 40)

«Московская» – «Первомайская» (Маршрутное такси № 78)

«Юннатов» – «Первомайская» (Маршрутное такси № 25)

### ***Аэропорт***

«Аэропорт» – «Краевая» (Троллейбус № 7)

«1 Мая (Пашковский)» – «Краевая» (Маршрутное такси № 30)

«Магазин Муравей» – «Первомайская» (Маршрутное такси № 31, № 40)

«Аэропорт» – «Краевая» (Автобус № 108)

«Аэропорт» – «Первомайская» (Маршрутное такси № 7)

«Магазин Муравей» – «Краевая» (Маршрутное такси № 176 а)

### ***Такси***

Яндекс.Такси +7 (861) 20-500-20

Ситимобил +7 (861) 217-55-55

Краснодар – это крупнейший город на юге страны, историческая столица Кубани и административный центр Краснодарского края. Многочисленные достопримечательности Краснодара будут интересны любителям архитектуры, истории, природы и культуры.

### **Несколько фактов о Краснодаре**

Краснодар расположен на правом берегу реки Кубань, в 120 км от Черного моря и 140 км от Азовского. На левом берегу Кубани расположена республика Адыгея.

Город был основан в 1792 году, как крепость Екатеринодар. Статус города получил в 1867 году.

Во время Гражданской войны Краснодар стал столицей Белого юга.

Екатеринодар переименовали в Краснодар большевики, когда заняли город в 1920 году.

Город пережил оккупацию гитлеровскими войсками с 9 августа 1942 года по 12 февраля 1943 года. За полгода оккупации были убиты 11 472 человека, из них 7000 человек погибли в душегубках – в закрытых грузовиках, в кузов которых подавались выхлопные газы.

В июле 1943 в городе прошел Краснодарский процесс, ставший первым в СССР судебным процессом над советскими коллаборационистами – пособниками оккупантов.

В 1973 году было построено Краснодарское водохранилище – крупнейший искусственный водоем на юге.

Краснодар является административным и транспортным центром Краснодарского края. Здесь есть международный аэропорт «Пашковский» и железнодорожный вокзал.

### **Что посмотреть в Краснодаре?**

*Улица Красная* – это культурный и гастрономический центр города. На выходных улица перекрывается и становится пешеходной. Начните маршрут с дома 5, где находится Центральный концертный зал, музей имени Коваленко и библиотека имени Пушкина. По пути захватите кофе в локальной кофейне – «Сгущёнке», «Библиотеке Кофе» или CoffeeSet. Не забудьте загадать желание под колоколом у Триумфальной арки.

У дома 67 находится переулок граффити – стена, рядом с которой фотографируются все туристы Краснодара.

В самом конце улицы Красной находится легендарный кинотеатр «Аврора» и одноимённый монумент богини утренней зари. Это памятники советского конструктивизма, которые долгое время были символами столицы Кубани и появлялись на всех местных открытках. Сейчас кинотеатр реконструируют, поэтому возвращайтесь сюда через пару лет, когда он снова будет открыт для посещения.

*Поющий фонтан на Главной городской площади, ул. Красная, д. 124.*

Летний Краснодар довольно жаркий, поэтому постоять вечером у фонтана – отличная идея. Не смотрите на местных, купаться здесь запрещено, но быстро проверить воду правым мизинцем – можно.

### *Царские ворота*

Адрес: пересечение улиц Красной и Бабушкина

*Александровская Триумфальная арка*, так же часто называемая Царские ворота, появилась в Екатеринодаре еще в 1888 году в честь приезда в город императора Александра III. Однако в 1928 году она была уничтожена и восстановлена лишь недавно – в 2009 году и на новом месте.

### *Парк «Краснодар»*

Адрес: ул. Разведчика Леонова, д. 1.

Он же парк Галицкого. Это самая впечатляющая достопримечательность города, на территории которой находится одноимённый стадион. Даже если вы не футбольный фанат, стоит хотя бы раз сходить на матч.

Это стадион наивысшей категории, то есть здесь могут проходить все значимые футбольные события, в том числе и чемпионат мира по футболу. Футбольный стадион «Краснодар» был построен в 2016 году на личные средства бизнесмена и основателя торговой сети «Магнит» Сергея Галицкого. Его стоимость оценивают в 400 миллионов долларов. Вместимость стадиона – 35 074 зрителя. Стадион является домашней ареной футбольного клуба «Краснодар».

Стадион в форме римского Коллизея является красивейшим спортивным сооружением и относится к высшей – 4-й категории УЕФА. Его особенность – огромный медиаэкран, опоясывающий все трибуны. Несмотря на все свои неоспоримые достоинства, «Краснодар» не участвовал в Чемпионате мира по футболу 2018. Участие в чемпионате досталось маленькому Саранску, где с нуля строились стадион и вся необходимая инфраструктура.

Сам парк часто сравнивают с московским «Зарядьем», но размах здесь по кубански хлебосольный – как по площади, так и по количеству локаций. Территория парка постоянно расширяется, и всё вокруг утопает в зелёных насаждениях.

Сейчас здесь есть арт объекты группы Recycle, пруды с карпами, зеркальный и водный лабиринты, скейт парк, амфитеатр, поля с шалфеем и площадки с газоном, на которых приятно устраивать пикники. Симметричные аллеи, водный лабиринт, спиральная смотровая площадка, лаконичные зелёные террасы.

О стадионе и парке писали Дудь «Знаю, что вы устали от восторгов про парк «Краснодара»» и Варламов «Самый крутой парк в Замкадье», а указатели, которые помогают не потеряться на огромной территории, создавала Навигация для парка «Краснодар» студия Артемия Лебедева.





*Ботанический сад и Чистяковская роща*

Адрес Ботанического сада: ул. Калинина, д. 13.

Адрес Чистяковской рощи: ул. Колхозная, д. 86.

Краснодарские демOVERсии лесной чащи. Здесь можно устроить пикник под высокими деревьями или прогуляться, дыша свежим воздухом. Ещё здесь можно покормить белок, птиц и павлинов.

Ботанический сад и Чистяковская роща находятся в разных частях города и очень похожи, так что выбирайте ту локацию, которая ближе к вам.

На *Пушкинской площади* находится сразу несколько достопримечательностей: художественный музей, краевая научная библиотека, памятник Пушкину.

Краснодарский художественный музей еще называют домом Шарданова. Это бывший особняк одного из чиновников железной дороги, построенный в начале 20 века. В музее есть небольшая постоянная экспозиция «Русское искусство 16 – начала 20 века» с картинами Айвазовского, Кустодиева, Шишкина, Поленова, Левитана, Сурикова. Вход в музей стоит 150 Р.

Прямо от Пушкинской площади начинается улица Красная – главная в Краснодаре. На ней или в окрестных переулках расположены многие городские достопримечательности: старые купеческие дома, музеи, памятники. Подробнее о них расскажу дальше.

В выходные часть Красной перекрывают для движения автотранспорта, и она становится главным пешеходным променадом. Я люблю гулять по Красной утром, когда на улице только редкие бегуны и велосипедисты. По вечерам здесь атмосфера городского праздника: выступают уличные артисты, играет музыка, горят цветные гирлянды и гуляет много людей.

*Памятник Екатерине II* находится в двух шагах от площади – в центре Екатерининского сквера. Это бронзовая с золотом скульптура в стиле классицизма. По сути, в ней ничего необычного, но Екатерина для Краснодара – как Петр I для Питера, поэтому сюда приходят как минимум из уважения к истории: раньше Краснодар назывался Екатеринодаром в честь императрицы.

Сам монумент выполнен с имперским размахом: его высота – 13,8 метра, почти с трехэтажный дом. Памятник построили в 1907 году, затем разрушили в 1920 и восстановили в 2006.

Памятник «*Собачкина столица*» стоит на перекрестке улиц Мира и Красной. Он посвящен стихотворению Маяковского «Краснодар», в котором поэт называет город собачкиной столицей. Городская скульптура изображает влюбленную собачью парочку, одетую по моде 20 века. По традиции, собакам можно потереть нос на удачу в любовных делах, а лапы – на хорошее путешествие. На мой взгляд, это самый милый из краснодарских памятников.

*Историко-археологический музей им. Е. Д. Фелицына* считается одним из самых красивых зданий в Краснодаре. Это бывший особняк купцов Богарсуковых, построенный в 1901 году. Многие купцы строили дома так, чтобы утереть нос соседу и возвести особняк богаче и шикарнее. Это здание считается победой в таком соревновании.

Музей посвящен истории Кубани от древних времен до наших дней.

*Свято-Екатерининский собор*

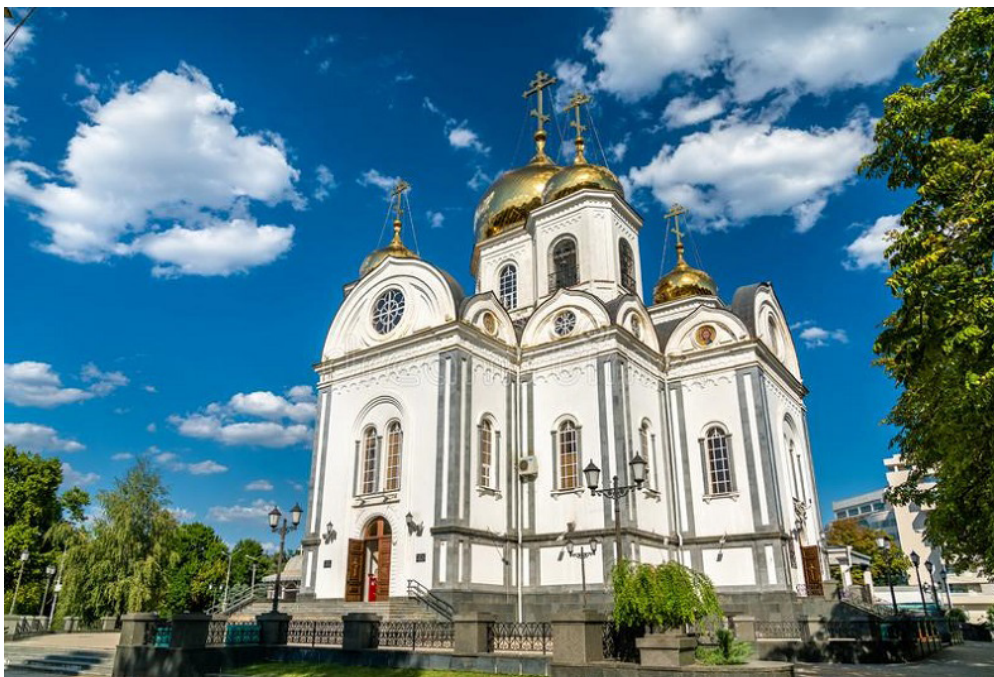
Адрес: Краснодар, ул. Коммунаров, 52.

Величественный храм, воздвигнутый в честь императрицы Екатерины II, был спроектирован архитектором Мальбергом и освящен в 1914 году. Изначально он имел пять глав, колокольню и две часовенки. Роспись стен, куполов и сводов производилась Обществом русских художников, которые выполнили оформление в древнерусских и византийских мотивах.

### *Войсковой собор князя Александра Невского*

Адрес: Краснодар, Поставая ул., дом 26.

Войсковой собор князя Александра Невского – еще одно историческое строение Краснодара, которое восстановили заново, но на новом месте. Изначально собор был построен в 1872 году и являлся главным в городе. Взорвали его в 1932 году, в рамках борьбы советской власти с атеизмом. Восстановленный собор был заново построен в 2006 году.



### **Что привезти из Краснодара?**

#### *Адыгейский и кубанский сыр*

Сенной (ул. Длинная, д. 111) и Кооперативный (ул. Карасунская, д. 86) рынки, а также ярмарки выходного дня собирают локальных производителей. Пробуйте, торгуйтесь, наслаждайтесь. Ярмарки проходят по всему городу по субботам.

#### *Атрибутика футбольного клуба «Краснодар»*

В официальном магазине атрибутики, который находится в парке «Краснодар», можно найти всё: от шарфов болельщика до носков с символикой футбольного клуба. Есть подарки и сувениры, которые можно привезти домой и вручить друзьям и родственникам.

#### *Открытки с дверями Краснодара*

Покупать в магазине «Чарли».

#### *Краснодарский рис*

В Краснодарском крае большое количество рисовых плантаций, поэтому привезти домой пачку настоящего краснодарского риса будет очень неплохо.

#### *Краснодарский чай*

Вернее было бы назвать этот чай кубанским, потому что собирают его в Сочи. Ищите в супермаркетах пачки, где написано «мацеста» или просто «краснодарский чай».

*Текст: Редакция «Лайфхакер», новостной веб-сайт «Краснодарская Щука»*



## БЛОК 10

# ИНФОРМАЦИЯ О КРАСНОДАРСКОЙ КРАЕВОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ОБЩЕСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНО- ПАТРИОТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ «РЕГИОН 93»

Краснодарская краевая молодежная общественная социально-патриотическая организация «Регион 93» (далее – организация) была юридически зарегистрирована 02.12.2016 года.

### **Основные виды деятельности:**

- деятельность в области образования, просвещения, содействие такой деятельности;
- деятельность в области добровольчества;
- содействие в развитие образовательно-просветительского и правового просвещения граждан;
- объединение молодежи для реализации программ в сфере патриотического и духовного воспитания, содействия разрешению социальных проблем подростков и молодежи на региональном уровне;
- деятельность в сфере патриотического воспитания граждан;
- патриотическое и нравственное воспитание подрастающего поколения на основе духовных ценностей: чести, достоинстве, мужестве, благородстве, сострадании.

### **Наши проекты и программа**

**1) 2017 год проект «Летний образовательный лагерь «ФИШТ (фабрика инновационных школьных технологий)»** (грант Министерства образования и науки РФ)

Разработано и реализовано в рамках лагеря 8 инновационных образовательных модуля. Разработано и реализовано в рамках лагеря 8 рабочих программ модулей и учебно-методических комплексов. Разработана и напечатана рабочая тетрадь образовательного лагеря «ФИШТ». Участниками лагеря были разработаны 30 индивидуальных и групповых проектов. 100 школьников, прошли профориентационное тестирование. С участниками лагеря были апробированы 10 форм работы со школьниками (web-круиз, деловая игра и т.д.). Опубликованы 8 видеороликов о проекте. Участникам лагеря была выдана разработанная и изготовленная имиджевая раздаточная продукция. Была организована конференция по итогам лагеря. Победители и лауреаты конференции получили наградную продукцию. Разработан и напечатан сборник методических рекомендаций для учителей «Проектирование как синтетическая инновационная технология в формировании компетенций учащихся». Внедрено 10 учителями методики проектирования в деятельность школ МО Краснодарского края.

**2) 2018 – 2019 года проект «Молодежное инклюзивное пространство Кубани»** (грант Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов).

Реализация проекта позволила снизить барьер в общении между слышащей и не слышащей молодежью и предоставить глухой и слышащей молодежи площадку для взаимодействия. Снятие психологического барьера, позволило дать толчок и положительный пример окружающим. Опыт проведения совместного форума позволил показать общественности положительный пример тесного взаимодействия молодежи без ограничений по здоровью, позволил привлечь СМИ к работе по формированию позитивного имиджа инклюзивного образования. Проведены курсы русского жестового языка для 50 слышащих молодых лю-

дей Кубани. Организован и проведен трехдневный форум для 289 участников (в том числе более 40 глухих), направленный на снижение барьера между слышащей и неслышащей молодежью. Издана рабочая тетрадь по курсам и записан видео урок из 3х частей, по которым каждый желающий может обучиться русскому жестовому языку.

Также в рамках проекта были налажены деловые связи между вузами Краснодарского края и Молодежным движением глухих Кубани, что привело к созданию новых совместных проектов. После форума участники проекта проводили мастер-класс по русскому жестовому языку. Молодежным движением глухих Кубани организовывались мероприятия, где участники проекта выступали волонтерами. Проект показал огромную заинтересованность молодежи (вместо ожидаемых 150 участников, их было 286 и ограничилось количество вместимостью помещения для проведения форума). На обучение русскому жестовому языку было подано свыше 190 заявок, но в связи с квотой, мы смогли обучить только 50 человек.

**3) 2019 год** – проект «Волонтерство без границ» – это серия семинаров, в которых рассказывается об инклюзивном волонтерстве и волонтерстве в сфере инклюзии.

**4) 2020 год** проект «Молодежное инклюзивное пространство Кубани. **Патриотическое воспитание**» (грант Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов).

Двухступенчатый проект проходил следующими этапами:

1) 5-6 сентября 2020 года. Проведение на Кубани первого в южном федеральном округе межрегионального молодежного духовно-нравственного и патриотического инклюзивного форума «Объединение. Патриотическое воспитание» слышащей и неслышащей молодежи в возрасте от 18 до 35 лет, в том числе и молодежи с нарушением слуха, позволило создать единую коммуникативную площадку для патриотического и духовно-нравственного воспитания молодого гражданина без ограничений по здоровью.

В форуме приняли участие (офлайн) молодежь 121 человек, 50 гостей и экспертов, 27 волонтеров и 18 организатора из 28 муниципальных образований Краснодарского края и 8 регионов РФ (Вологодская область, Ставропольский край, Брянская область, Кемеровская область, Ростовская область, Новосибирская область, Республика Адыгея, Оренбургская область) из которых 40 человек молодежь с ограниченными возможностями здоровья.

2) Создание имиджевого контента проекта о патриотическом воспитании, о социальных проблемах глухих (июль – декабрь). Тиражирование видеоролика с субтитрами мастер-класса по русскому жестовому языку для слышащей и неслышащей молодежи в сфере патриотического воспитания с целью создания благоприятных условий для патриотического и духовно-нравственного воспитания молодого гражданина, в том числе и с нарушением слуха, позволило увеличить масштабность проекта и его доступность в сети Интернет

Форум проводился по благословению Митрополита Екатеринодарского и Кубанского Павла, который отметил его социальную значимость и актуальность в современных условиях.

Форум – выступил площадкой для объединения и консолидации сил представителей молодежных общественных организаций в формировании чувства патриотизма и уважения к своей стране и ее истории у молодежи, в том числе и с нарушением слуха.

**5) 2020 – 2021 год** – программа «Молодежное инклюзивное пространство Кубани. Патриотическое воспитание» (грант администрации Краснодарского края для поддержки общественно полезных программ социально ориентированных некоммерческих организаций, в целях реализации государственной программы Краснодарского края «Региональная политика и развитие гражданского общества», утвержденной постановлением главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 19 октября 2015 года №975).

Это масштабный по своей значимости патриотический и духовно-нравственный проект, направленный на создание единого инклюзивного пространства на Кубани в сфере патриотического и духовно-нравственного воспитания слышащей и неслышащей молодежи.

Проект предполагает объединение слышащей и неслышащей молодежи, представителей молодежных общественных организаций (в том числе и глухой молодежи), вокруг специально созданной патриотической и духовно-нравственной атмосферы, которая будет помогать ей развивать свою патриотическую и духовно-нравственную ориентацию в сторону духовных и традиционных ценностей, в противовес ценностям общества потребления.

Трехступенчатый проект состоит из следующих блоков:

1) Ноябрь 2020 год – январь 2021 год. Подготовительный этап. Создание имиджевого контента о проекте, о патриотическом воспитании, о социальных проблемах глухих, проведение совещания организационного комитета; создание отличительных символов проекта и др.

2) Февраль 2021 года проведение на Кубани первого в 2021 году совместного молодежного инклюзивного патриотического форума «Объединение» слышащей и неслышащей молодежи в возрасте от 18 до 35 лет, в том числе и молодежи с нарушением слуха, направленного на создание единой коммуникативной площадки для патриотического и духовно-нравственного воспитания молодого гражданина без ограничений по здоровью.

– 100 офлайн участников форума (представители 32 муниципальных образований Краснодарского края, городов Москва, Новосибирск, Ростов-на-Дону, республики Адыгея); – 131 онлайн участник форума (просмотры прямых эфиров в социальной сети «Инстаграмм»); – 76 офлайн гостей форума (Краснодарский край, городов Москва, Чебоксары, Архангельск, Волгоград); – 3 онлайн гостя форума (Москва).

3) Март 2021 года тиражирование видеоролика с субтитрами мастер-класса по русскому жестовому языку для слышащей и неслышащей молодежи в сфере патриотического воспитания с целью создания благоприятных условий для патриотического и духовно-нравственного воспитания молодого гражданина, в том числе и с нарушением слуха.

**6) 2021 год – проект** Молодежное инклюзивное пространство Кубани. Предприниматель будущего (грант Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов).

Проект представляет собой комплекс мероприятий информационного, образовательного и консультационного характера разработанный с целью создания системной работы в появлении новых предпринимателей, умеющих быстро адаптироваться к изменениям внешней среды и обучение таких предпринимателей из числа лиц с ОВЗ с помощью разработанного онлайн курса и итогового офлайн интенсива.

**7) 2021 год – Курсы русского жестового языка.** Экспресс-курс по обучению русскому жестовому языку для тех, кто ценит свое время, продолжительностью один месяц.

Занятия онлайн на платформе Zoom. Предполагается 6 часов в неделю, 4 недели обучения.

### **Свяжитесь с нами**

**для получения дополнительной информации по всем проектам!**

Наши контакты: +7 909 447 77 29 Виктория, +7 937 702-26-72

**VK:** [https://vk.com/mol.region\\_93](https://vk.com/mol.region_93)

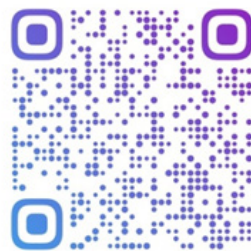
**E-mail:** [kko0.region93@gmail.com](mailto:kko0.region93@gmail.com)

**Inst:** [@mol.inkluzia.kuban](https://www.instagram.com/mol.inkluzia.kuban)



**Сайт:** <http://регион-93.пф/>

<https://taplink.cc/mol.inkluzia.kuban> – запись

<http://molinkl.tilda.ws/> – наша визитка



**MOL.INKLUZIA.KUBAN**



РЕГИОН93

ПАРТНЕРСКИЙ И СПОНСОРСКИЙ ПАКЕТ

"МОЛОДЕЖНОЕ ИНКЛЮЗИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО.  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ БУДУЩЕГО"

МЫ ЗА СИСТЕМНОЕ ПАРТНЕРСТВО ДО, ВОВРЕМЯ  
И ПОСЛЕ ПРОЕКТА



## Что Вы получаете?

В ЧЕМ ЦЕННОСТЬ ПАРТНЕРА

- 1 СОЗДАНИЕ/УСИЛЕНИЕ АССОЦИАЦИЙ НА ПЛОЩАДКЕ/  
ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ/УСЛУГ
- 2 ЛИЧНЫЙ PR И GR
- 3 ДОСТУП К ТРУДНОДОСТИЖИМОЙ АУДИТОРИИ
- 4 ИНТЕГРАЦИЯ В РЕКЛАМНУЮ КАМПАНИЮ ОФЛАЙН И ОНЛАЙН
- 5 ВЫПУСК ПРОДУКЦИИ С ЛОГО
- 6 СПОНСОРСКИЙ МИКС. НЕПРЕРЫВНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО
- 7 ПРЯМАЯ РЕКЛАМА ДО, ВО ВРЕМЯ И ПОСЛЕ СОБЫТИЯ
- 8 РАЗРАБОТКА СОВМЕСТНЫХ КОММУНИКАЦИИ ПРОДУКТОВ/УСЛУГ
- 9 ПРАВО АССОЦИИРОВАТЬСЯ С БРЕНДОМ ОРГАНИЗАЦИИ (ТИТУЛ)



## Как вы можете помочь

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА	ФИНАНСОВАЯ/МАТЕРИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА
ОПУБЛИКОВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ПРОЕКТЕ	ИМИДЖЕВАЯ ПРОДУКЦИЯ
СДЕЛАТЬ РЕПОРТАЖ	ОПЛАТА РАБОТЫ СПИКЕРА
ФОТО/ВИДЕО СОПРОВОЖДЕНИЕ	РАЗРАБОТКА БРЕНД-БУКА
РАБОТА СО СМИ	КОФЕ-БРЕЙК ДЛЯ ВОЛОНТЕРОВ ПРОЕКТА
ПОДГОТОВКА ПОСТОВ	ПРИЗЫ ДЛЯ АКТИВНЫХ УЧАСТНИКОВ
РАБОТА СПИКЕРОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ БЛОКЕ	любая другая помощь

## Лидеры мнений/отзывы

**ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ**

Я НЕ ПОНАСЛЫШКЕ ЗНАЮ КАК ОРГАНИЗОВЫВАТЬ МАСШТАБНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ. ПОЭТОМУ ХОЧУ ВЫРАЗИТЬ БЛАГОДАРНОСТЬ ОРГАНИЗАТОРАМ. Я ДУМАЮ, ИТОГ ФОРУМА СООТВЕТСТВУЕТ ЕГО НАЗВАНИЮ. ОРГАНИЗАТОРАМ УДАЛОСЬ ОБЪЕДИНИТЬ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ, СЛЫШАЩИХ И НЕСЛЫШАЩИХ, ПРАВОСЛАВНЫХ И СВЕТСКИХ. МНОГИЕ РЕБЯТА СМОГЛИ СВОБОДНО ПООБЩАТЬСЯ СО СВЯЩЕННИКОМ, ЗАДАТЬ ИНТЕРЕСУЮЩИЕ ВОПРОСЫ. АТМОСФЕРА ФОРУМА БЫЛА ТЕПЛОЙ. РАСПОЛАГАЮЩЕЙ. МОЖНО СКАЗАТЬ, ДОМАШНЕЙ.

**ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ**

Спасибо большое за форум. это вдохновляет.

Я ОЧЕНЬ РАДА ЧТО ПОПАЛА НА ФОРУМ БЫЛО ОЧЕНЬ ИНТЕРЕСНО ВСЕМ СПАСИБО КТО ОРГАНИЗОВЫВАЛ ФОРУМ!


**СПАСИБО ЗА ПРЕКРАСНОЕ ПРОВЕДЕННОЕ ВРЕМЯ!**

ВСЕ ОЧЕНЬ ПОНРАВИЛОСЬ!

**ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ**

Огромная благодарность всем организаторам, экспертам, гостям, работникам, волонтерам и участникам))

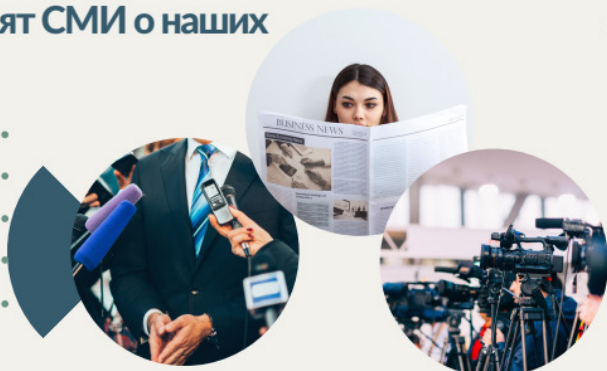
БОЛЬШЕ ОТЗЫВОВ





## Что говорят СМИ о наших проектах

РЕПОРТАЖИ МОЖЕТЕ  
НАЙТИ ЗДЕСЬ



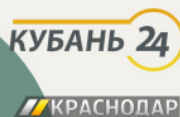
Более 500 участников программы

Более 1000 упоминаний в медиа



"КОГДА СЛЫШАЩИЕ ЛЮДИ ЗНАКОМЯТСЯ С МИРОМ ГЛУХИХ, ПРОИСХОДИТ СМЕНА МЫШЛЕНИЯ. ОБЪЕДИНЕНИЕ ЭТИХ ДВУХ МИРОВ ОЧЕНЬ ВАЖНО В НАШЕМ ОБЩЕСТВЕ"

**ВОЛЬНАЯ КУБАНЬ**



2017 г. Регион 93 выступил соорганизатором и партнером молодежного форума "Объединение" для глухой молодежи, форум включал в себя подготовительный этап - курсы русского жестового языка для вожатых форума



2018-2019 гг. Регион 93 реализовал в II этапа проект "Молодежное инклюзивное пространство Кубани" при поддержке Фонда президентских грантов  
I - 2018 г. курсы русского жестового языка для молодых людей от 14 до 35 лет  
II - 2019 г. студенческий инклюзивный форум "Объединение 2.0" для слышащей и неслышащей



2020 г. Регион 93 реализовал в 2 этапа проект "Молодежное инклюзивное пространство Кубани. Патриотическое воспитание" при поддержке Фонда президентских грантов  
I - Информационная кампания  
II - Межрегиональный молодежный духовно-нравственный и патриотический форум "Объединение. Патриотическое воспитание"



2020-2021 г. Регион 93 реализовал в III этапа проект "Молодежное инклюзивное пространство Кубани. Патриотическое воспитание" при поддержке Администрации Краснодарского края  
I - Информационная кампания  
II - Первый совместный молодежный инклюзивный патриотический форум «Объединение»  
III - Тиражирование мастер-класса по русскому жестовому языку

## Перспективы 2021 г.

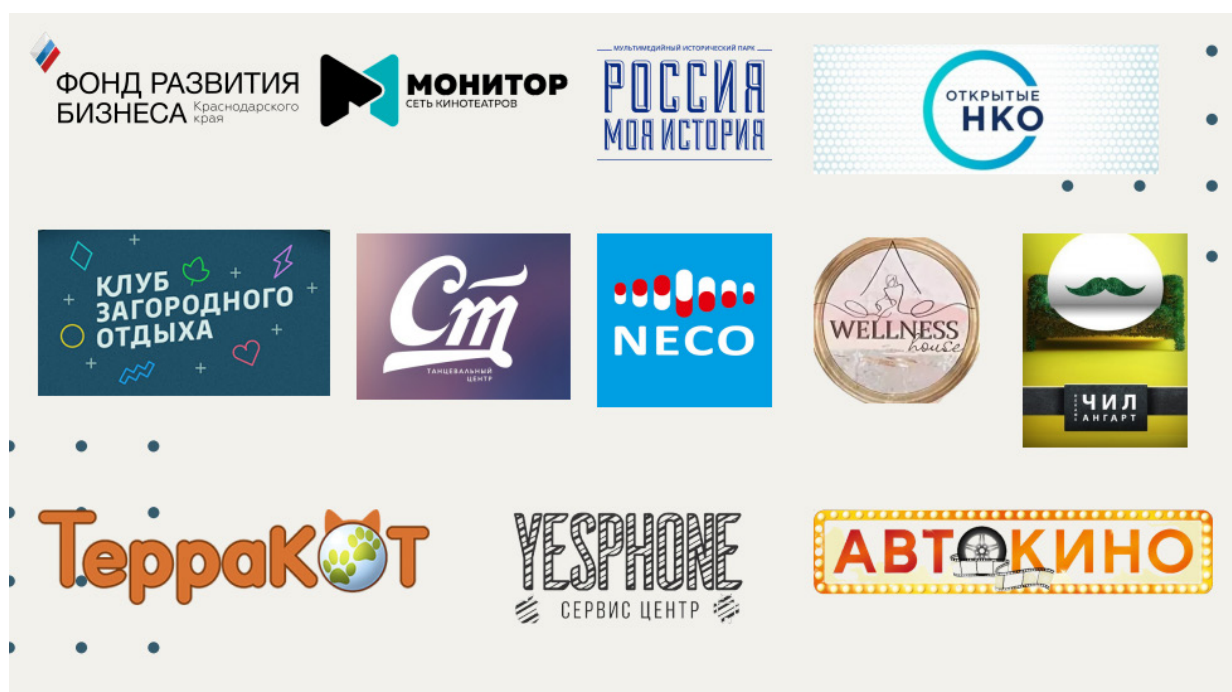
ПРОГРАММА И ПРОСТРАНСТВО СОБЫТИЯ



Проект

"Молодежное инклюзивное пространство Кубани. Предприниматель будущего"

- I - Разработка адаптированной, с учетом особенностей восприятия информации для молодежи с ограниченными возможностями здоровья, программы по обучению основам предпринимательства
- II - Информационная кампания
- III - Курс «Предприниматель будущего»
- IV - Интенсив для лучших участников курса
- V - Помощь в оформлении статуса самозанятой или индивидуальный предприниматель




## КОНТАКТЫ




 @mol.region\_93

 @mol.inkluzia.kuban

 kkoo.region93@gmail.com

 +7 (909)44 777 29















МОЛОДЕЖНОЕ ИНКЛЮЗИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО КУБАНИ.  
ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ

**РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ**

адаптированная рабочая тетрадь, с учетом особенностей восприятия информации  
для людей с ограниченными возможностями здоровья,  
по обучению основам предпринимательства для участников курса «Предприниматель будущего»

*Все материалы представлены в авторской редакции.*

В рабочей тетради использованы материалы из источников:

1. Государственное казенное учреждение «Центр гражданского воспитания молодежи Кубани»;
2. Дополнительная профессиональная программа «Подготовка региональных экспертов конкурсов профессионального мастерства «Абилимпикс» Романович Н.А. г.Челябинск [http://abilimpics74.ru/vebinar/2020/modul\\_ehffektivnye\\_kommunikacii\\_i\\_psikh-ped.osob.l.pdf](http://abilimpics74.ru/vebinar/2020/modul_ehffektivnye_kommunikacii_i_psikh-ped.osob.l.pdf)
3. Рисунки жестов взяты из буклета Московской городской организации ВОГ «Пообщаемся?!» /Авторы: В. Базоев, Г. Гаврилова; рисунки: Т. Танковская; дизайн: А. Зеленин. М., 2013, а также из интернет источников [pinterest.es](http://pinterest.es) и др.
4. Материалы программы #Свобода.Ответственность.Доход и #МояКарьерасФрутоНяня от Департамента труда и социальной защиты населения город Москва и центра «Моя карьера»;
5. Материалы сообщества предпринимателей «Эволюция», I погружение «Тело»;
6. Материалы проекта «Фабрика предпринимательства – Дети»;
7. Артем Вахрушев. Бизнес-путеводитель «Галопом по Европам». Путь предпринимателя;
8. Материалы рабочей тетради участника проекта Школа молодого предпринимателя «Бизнес Молодых»;
9. Материалы Банк России «Особенности обучения финансовой грамотности людей с ограниченными возможностями здоровья».

Технический редактор *Т. Калашникова*  
Компьютерная верстка *Т. Кузьмина*

Формат бумаги 60x90/8. Бумага офсетная.  
Печать цифровая. Объем 21,0 п.л. Тираж 40 экз.  
Подписано в печать 08.08.2021.

Отпечатано  
Издательство ИП Калашникова Т.В.  
350089, г. Краснодар, ул. Платановый бульвар, д. 19/1. Тел. +7 (960) 48 53 159.  
E-mail: [dusya95@yandex.ru](mailto:dusya95@yandex.ru).