**ОГЛАВЛЕНИЕ**

**Введение ……………………………………………………………………** 4

**Глава I** **Особенности подготовки городских конкурсных программ**

1.1. Конкурсная программа, как форма досуговой деятельности………. 9 1.2. Подготовка конкурсной программы………………………………… 11

**Глава II** **Организация и финансовое обеспечение конкурса**

2.1. Краткая характеристика конкурса……………………………………. 18

 2.2. Описание события…………………………………………………….. 22 2.3. Сценарий……………………………………………………………….. 27 2.4. План подготовки проведения мероприятия…………………………. 35

2.5. Проект финансового обеспечения…………………………………… 38

2.6. Договорное обеспечение……………………………………………… 45

**Заключение………………………………………………………………… 60**

**Список литературы………………………………………...…………….. 62**

**Приложение……………………………………………………………….. 65**

**ВВЕДЕНИЕ**

***1. Актуальность выбранной темы***

Одной из особенностей современной жизни является колоссально увеличивающийся в последние годы поток самой разнообразной информации. Это почти десяток телевизионных каналов, работающих практически круглосуточно, это и обвальный поток книжной продукции, это и различные чисто информационные и развлекательные программы. Реальностью жизни стали суперсовременные компьютерные технологии, глобальные сети типа Интернет, позволяющие в считанные минуты найти и использовать практически любую информацию на любом языке. При этом уровень программ и передач охватывает диапазон от высочайших вершин и шедевров культуры до самой низкопробной порнографии.

В этой связи приходится констатировать, что тяжелая реальная жизнь современников не может не отражаться на выборе увлечений. Многие известные деятели культуры с сожалением отмечают излишнюю склонность современных постановок к упрощению, огрублению и низкосортице. Что стоят, например, заполнившие телевизионный экран бесконечные видеоклипы и рекламные ролики с постоянно повторяющимися и практически не отличающимися друг от друга примитивными текстами. Внешний эффект достигается при этом за счет чередования ярких вспышек, безумных ритмов, полуприличных намеков и возможностей компьютерной техники.

Все это создает атмосферу отчужденности обычного человека от шумящей и кричащей жизни.

Таким образом, превращение конкурсной программы в эффектное средство воздействия на личность остро ставит вопрос о профессиональном подходе к ее организации. Стремление людей к празднику даже в нынешних сложных экономических условиях, готовность к нему есть одно из важнейших условий его организации. Это требует постоянного совершенствования методик организации шоу-программ, основанных на глубоком понимании и учете социально-психологических корней и эстетической природы основной массы зрительской аудитории. Любой праздник связан с особым общественным настроением большой категории людей, которое вызывается коллективными эмоциями, возникающими в процессе общения. Момент, когда большая общность людей празднично настроена, можно назвать предпраздничной ситуацией или готовностью к празднику. В конечном счете, успех любого праздника зависит от того, насколько точно найдена и как реализована готовность к нему людей; без праздничного порыва любые, даже самые великолепные планы устроителей обречены на неудачу. Масштабность, значимость праздника всегда связана с конкретным событием, она всегда выражается в конкретной тематике. Чтобы любая шоу-программа стала массовой, она должна быть посвящена такому событию, которое не оставит людей равнодушными. Событие, ставшее темой шоу-программы, определяет и границы праздничной ситуации. В свою очередь, праздничная ситуация – это та социально-психологическая основа праздника, шоу-программы, которая является конкретным методическим требованием и нуждается в тщательной подготовке.

***2. Историографический обзор***

Методическую основу данной работы составляют концепции и положения методики проведения праздничных мероприятий. Основоположниками и наиболее авторитетными специалистами в данном вопросе считаются Д. М. Генкин, П. Г. Богатырев, И. М. Туманов, А. И. Чечетин. Современные концепции представлены в работах А. А. Коновича, Н. В. Кротовой, И. Г. Шароева, В. А. Руднева, А. В. Бенифанц и др. Из зарубежных специалистов следует отметить К. Жигульского. Большое внимание решению практических, экономических, финансовых вопросов в организации культурно-массовых мероприятий уделено в работах Г. Г. Гольцова, А. С. Ковальчук.

***3. Цель дипломного исследования***

Целью настоящей выпускной квалификационной работы является попытка исследования организации и финансового обеспечения одного из вариантов шоу-программ в современных условиях, разработка композиционного построения и методики организации данного вида программы с учетом его финансового обеспечения.

Цель выпускной квалификационной работы достигается через постановку или разрешение последующих задач:

- изучение конкурсной программы, как формы досуговой деятельноcти;

- подготовка конкурсной программы;

- подготовка организационно-финансового обеспечения, в том числе:

1) календарный план подготовки и проведения мероприятия;

2) кадровый состав проекта и оплата труда работников;

3) смета затрат на проведение мероприятия;

4) расчет необходимого реквизита и величины затрат на него;

5) расчет цены на входные билеты;

6) смета доходов и расходов;

- составление договорного обеспечения проекта;

- творческий подход к решению рекламного обеспечения конкурса.

***4. Объект исследования***

Объектом исследования выступает процесс организации и финансового обеспечения конкурсной программы.

***5. Предмет исследования***

Предметом исследования является конкурсная программа «Мисс Орёл -2004», как одна из ярчайших, оригинальных и наиболее прибыльных форм культурно-досуговых мероприятий.

***6. Методологическая база исследования***

 Методологической базой исследования стали отечественные и зарубежные работы по экономике, менеджменту, общей экономической теории, культурологии, рекламе, шоу-бизнесу, результаты научных разработок на стыке этих дисциплин.

 Методологическими основаниями служат:

- историко-философский метод;

- общенаучные методы;

- формально-традиционный метод, позволяющий наиболее полно описать, обобщить, классифицировать, систематизировать и передать полученные знания вполне определенным способом;

- социологический метод, позволяющий изучить реальность происходящих процессов;

- сравнительный метод, позволяющий сопоставить сходные объекты.

**7. Теоретическая и практическая значимость выпускной**

**квалификационной работы**

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в том, что отраженные в проекте результаты использованы в качестве пособия в преподавании предмета «Проектирование и финансовое обеспечение КДП» в ОГИИК, а также для дальнейшего развития и шоу-бизнеса в Орловской области. Финансовые результаты могут явиться стимулом для этого развития.

***8. Структура работы***

Дипломная работа состоит из введения, двух глав: первая глава содержит два пункта, вторая - пять пунктов; заключения, библиографического списка и приложения.

Во *введении* обосновывается значимость и актуальность темы дипломного исследования; определены цели и задачи; объект и предмет исследования; освещена научная разработанность проблемы; определена методология исследования.

В *первой главе* работы рассматриваются конкурсная программа, как форма досуговой деятельности и особенности подготовки конкурсных программ.

Во *второй главе* изучается организация и финансовое обеспечение конкурсной программы.

В *заключении* подведены итоги, сформулированы основные выводы и предложения. Предложены ряд рекомендаций по совершенствованию организации и финансового обеспечения культурно-досуговых программ.

**ГЛАВА I**

**ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ КОНКУРСНЫХ**

**ПРОГРАММ**

# **1.1. Конкурсная программа, как форма досуговой деятельности**

Исторические перемены в общественной жизни привели к значительному разнообразию в свободе выбора содержания и форм культурно-досуговой деятельности. При этом индивидуальные цели и предпочтения в этой деятельности признаются обществом не в меньшей, если не в большей мере, чем цели и предпочтения групповые, коллективные, общественные. Разнообразие форм и содержания культурно-досуговой деятельности, свобода видов творчества, самоутверждение и самореализация каждого – стали сегодня нормой человеческого существования.

Так, сегодня, одной из наиболее предпочтительных форм досуга, является конкурсная программа.

Конкурс – это познавательно-развлекательная форма отдыха, позволяющая выявить лидирующих участников в какой-либо области.

Конкурс – это всегда состязание, столкновение, борьба за лидерство; это свои правила и условия зафиксированные в «Положении о конкурсе»; это оживление и проявление инициативы, выдумка и изобретательность, поиск и находки в культурно-досуговых занятиях; это проявление массовости и мастерства, лучших качеств участников, их знаний, умений и навыков; это активная форма культурного отдыха, возможность насыщенного и содержательного общения.

В числе первых следовало бы назвать конкурс профессионального мастерства. Известны конкурсы работников культуры, механизаторов, животноводов, продавцов, официантов и т. п. Такие конкурсы воспитывают у молодёжи интерес и любовь к профессии, позволяют превратить знания в умения, а умения – в навыки, способствуют сплочению людей одной профессии в коллектив единомышленников.

Особой популярностью пользуются конкурсы красоты. Традиция проводить такие конкурсы пришла к нам из США, где они перешагнули порог хобби, и сейчас существует целая индустрия.

Конкурсы красоты – это не только соревнования девушек в красоте, обаянии и таланте, но и одновременно своего рода спортивное и театральное шоу.

В нашей стране данный вид вырос из проекта «А ну-ка, девушки!». В начале он специализировался по профессиональному прзнаку, то есть самая лучшая стюардесса, парикмахер и т. д.

Состоял он из следующих пунктов:

1. Представление участниц.
2. Домашнее задание (связанное с профессией).
3. Конкурс на проверку различных качеств участниц – умение петь, готовить и прочие.

В последующем данный вид конкурсной программы претерпел изменение. Был сделан акцент на красочность, исчезнул ряд моментов, и он стал более специализирован. Сейчас он разделён на конкурс красоты и конкурс профессий (лучший парикмахер, повар и т.д.). Конкурс красоты превратила в часть модельного бизнеса, через него модельные агентства ищут себе «новые лица».

Отличительными чертами конкурса красоты является зрелищность и соревновательность.

Кроме всего, проведение таких конкурсных программ направлено на содействие развитию и пропаганде деятельности, способствующей гармоничному развитию личности, утверждению здорового образа жизни, духовному и физическому совершенствованию людей.

# **1.2. Подготовка конкурсной программы**

Подготовка конкурсной программы требует значительного времени, из-за большого объема работы. Тем более, если конкурсная программа проводится на городском уровне, необходимо продумать все этапы проведения, начиная со сценария и, кончая рекламой, обеспечить доходность, достаточный денеж­ный сбор, интерес к мероприятию, аудиторию. При этом цены на билеты должны быть доступны для посетителей со средним достатком. Органи­зация проведения мероприятия возлагается на продюсера (ме­неджера) программы.

В процессе подготовки таких программ продюсер взаимодействует с большим количеством партнеров, среди которых:

* официальные структуры (департаменты, министерства, комитеты, административно-территориальные учреждения и т.д.);
* фирмы-производители технических средств (световое, звуковое, сценическое оборудование и т.д.);
* финансовые учреждения (банки, финансовые компании);
* рекламные агентства;
* модельные агентства;
* дизайнерские и оформительские фирмы;
* концертные залы, стадионы, спортивно-зрелищные сооружения;
* средства массовой информации (телевидение, радио, пресса);
* транспортные фирмы;
* гостиницы.

Процесс организации и проведения развлекательной программы предполагает большую и разностороннюю деятельность, связанную с выбором программы, которая бы привлекла максимальное количество зрителей, под­бором творческих коллективов, репетициями, поиском технического и сценарного оборудования, костюмов, заключением договоров, решением организационных вопро­сов, достижением максимума результатов от вложенных средств. Сумма затрат должна быть перекрыта суммой доходов мероприятия. Для этого ему необходимо подготовить проект конкурсной программы, в котором учитывались бы все особенности и нюансы. Однако и самая тщательная подготовка программы не заменит увлекательной импровизации участников уже непосредственно в процессе проведения конкурса.

**Основные разделы работы:**

1. Краткое описание работы.

2. Этническая характеристика праздника, традиции, обряда.

3. Сценарий мероприятия, программа проведения.

4. Дополнительные услуги, сопровождающие мероприятие.

5. Расчет затрат на проведение мероприятия.

6. Проект финансового и договорного обеспечения.

7. Рекламное и эскизное обеспечение.

 Краткая характеристика проекта – это своего рода ре­зюме, где лаконично описана основная идея мероприятия с аргументами в ее пользу, доказываются первому про­хожему огромные преимущества вашего проекта.

 В разделе приводятся краткие обобщения из семи разде­лов: что будет проводиться, как намечается организовать ме­роприятие, почему люди заинтересуются им, выгодность мероприятия, затраты, прибыль, рентабельность, финансовые источники, срок проведения мероприятия, время на подготовку, сколько раз будет повторено, какие основные мероприятия предусматрива­ются в программе, дополнительные услуги, что они дадут, почему избраны именно эти услуги.

 Предусматривается описание события, которому посвящено мероприятие. Например, «Фестиваль музыки городов первого салюта»: какие города из­браны, о каких салютах идет речь, почему в данный период, в каких городах будет проводиться и т. д. То есть, детально опи­сываются исторические или этнические элементы события, приводятся данные специальных исследований, монографий, со­бственные наблюдения автора, описывается история становления праздника, его эволюция, основные фрагменты действия, как ме­роприятие гармонирует с событием, оказывает влияние на зри­теля, служит целям возрождения национальной культуры данной местности. В частности, кроме краткого описания, в нем предусматривается этническая характеристика праздника, традиции, обряда, с которым связы­вают основное действие.

 В плане подготовки и проведения мероприятия приводит­ся состав оргкомитета, перечень организационных мероприятий, дата, ответственные за проведение тех работ, которые должен организовать продюсер в период подготовки мероприятия, со­ставить эскизы оформления зала, подготовить и оформить сце­ну, дать рекламу, заказать технические средства, транспорт, заключить договора, изготовить билеты, приобрести реквизит, цветы, призы, найти костюмы, оплатить труд, осуществить худо­жественную подготовку мероприятия, репетицию, организовать дополнительные услуги (платные и бесплатные).

 Сценарий и программа мероприятия включает описание фабулы, основных мизансцен, действующих лиц, диалоги, пес­ни, стихи, действия, музыкальное, световое, шумовое оформле­ние, т.е. своего рода либретто мероприятия. Сценарий может предус­матривать небольшие по масштабу мероприятия художественного народного творчества, детские и молодежные конкурсы, смотры самодеятельных коллективов, чествования, показательные вы­ступления (отчеты) студий, выставки изделий художественного народного и прикладного творчества, вечера семейного отды­ха, утренники, юбилейные вечера. Могут быть более крупные события-гулянья, посвященные государственным праздникам – 8 Марта, 1 Мая, 7 октября, 7 января. Новому году, Дню молоде­жи, Дню защиты детей, Дню Победы, Дню города (улицы), Празд­нику урожая, религиозным праздникам – Троица, Пасха и т. д. Оценивая творческий и коммерческий потенциал сценария продюсер должен просчитать, оправдает ли он немалые затраты, связанные с его реализацией.

 Специальный раздел должен быть посвящен описанию последовательности проведения мероприятия (этапам) – с чего начинается, какие, где, когда происходят действия, с указанием ответственных за отдельные мероприятия и за всю программу в целом. Какие играют оркестры, когда, какие выступления, в ка­кой последовательности, как проходят игровые программы, фей­ерверк, хлопушки и т. д. Когда ведется награждение, кем, как.

 В этом разделе говорится мероприятия о всей панораме, его слагаемых, основных действиях, а также даётся их под­робное описание.

 Кадровый состав, расчет заработной платы. Состав участников должен быть достаточным для проведения мероприятия, но без излишеств, т. к. большое количество заня­тых затрудняет управление коллективом, вносит много неразбе­рихи, удорожает стоимость.

 Важным этапом создания программы является создание творческого коллектива, постановочной группы, организаторов, кассиров, обслуживающий персонал. Количество творческих работников определяется сцена­рием действия. Формирование коллектива предусматривает привлечение штатных сотрудников организации культуры, а так же временных работников, по договору, на период подготовки и проведения мероприятия.

Постановочный коллектив мероприятия представлен тремя группами: административно-постановочной, инженерно-технической и исполнительской.

В *административно-постановочную* группу входят:

* Директор;
* Режиссер-постановщик;
* Сценарист;
* Юрист;
* Главный бухгалтер;
* Менеджер;
* Продюсер.

Инженерно-техническую:

* Дизайнер;
* Звукорежиссер;
* Светорежиссер;
* Хореограф;
* Стилист – визажист.

Исполнительский состав:

* Ведущие.

Их должностные обязанности выглядят следующим образом:

*Директор* ведет общие руководство мероприятием, создает административную группу, составляет графики работы, находит спонсоров, заключает договора, заказывает билеты, афиши, рекламу, несет общую ответственность за мероприятие. Директор участвует в составлении и заключении договоров, обеспечивает выполнение обязательств перед партнерами по заключенным договорам, следит за ходом подготовки шоу-представления.

*Режиссер-постановщ*ик осуществляет творческое руководство художественным и артистическим персоналом праздника. Формирует состав исполнителей. Проводит репетиции. Руководит работой художественно-постановочной части по подготовке шоу-программы. Контролирует сохранение идейного и художественного замысла всего представления. Обеспечивает соблюдение трудовой, творческой дисциплины во время репетиций.

*Сценарист* пишет сценарий.

*Юрист* составляет и корректирует договора. Дает необходимые рекомендации по соблюдению правовых и юридических норм. Участвует в спорных вопросах и в конфликтных ситуациях.

*Главный бухгалтер* составляет и корректирует сметы и другие документы, связанные с материальными ценностями. Начисляет и составляет отчеты по оплате труда участникам шоу-программы. Следит за своевременной выплатой и выполнением работ по организации и проведению всего праздника. Внимательно контролирует расход и поступление денежных средств на проведение мероприятия.

*Менеджер* обеспечивает необходимую информацию для населения о проводимом празднике и его высоком культурном уровне. Проводит рекламную работу, следит за своевременностью и правильностью распространения рекламы. Организует работу по подготовке к приему зрительской аудитории, участников шоу-программы. Организует нормальные условия работы исполнительского состава праздника. Обеспечивает высокую культуру обслуживания людей. Дежурит на празднике. Рассматривает и выполняет просьбы зрителей в пределах своей компетенции. Организовывает работу торгово-выставочного комплекса в фойе театра. Отвечает за работу техники безопасности, противопожарной защиты и медицинского обслуживания.

*Продюсер* организует всю работу по проведению праздника и несет ответственность за его состояние и деятельность. Обеспечивает органическое сочетание правовых, экономических и административных методов руководства, моральных и материальных стимулов для развития активности работников в творческо-производственной деятельности, формирование и сохранение в коллективе благоприятного морально-психологического климата.

*Дизайнер* разрабатывает на основе сценарных материалов декоративно-художественное оформление сцены. Представляет на утверждение руководства эскизы и макеты декораций, костюмов в соответствии с общим творческим замыслом режиссера, а также эскизы рекламы, афиш, пригласительных билетов и т.п. Обеспечивает подбор и подготовку слайдов, необходимых для проведения программы по сценарному плану. Организует и контролирует выполнение всех оформительских работ.

*Звукорежиссер* занимается поиском и записью фонограмм, необходимых, по мнению режиссера-постановщика, для проведения праздничной программы. Участвует в составлении световой, шумовой и звуковой партитуры для музыкального сопровождения номеров. В момент проведения шоу-программы отвечает за качество и своевременность музыкальных заставок и сопровождений.

*Хореограф* отвечает за готовность номеров в момент проведения сводных репетиций. Вместе с режиссером-постановщиком участвует в работе с манекенщицами и моделями с целью пластического и хореографического разрешения задуманного по сценарному плану. Принимает участие во всех репетициях, внося необходимые изменения и дополнения по ходу их проведения.

*Светорежиссер* - постановка света.

*Стилист* – *визажист* - подготовка конкурсанток к проведению конкурса.

*Ведущие* - ведут мероприятие.

 **ГЛАВА II**

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРСА**

# **2.1. КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРСА**

 На пороге третьего тысячелетия российские праздники красоты обретают новое лицо. Имя первой обладательницы титула «Мисс …» было названо в Париже ровно семьдесят лет назад. За это время конкурс обрел всероссийский масштаб. Основной целью организации данного мероприятия является содействие развитию и пропаганде деятельности, способствующей гармоничному развитию личности, утверждению здорового образа жизни, духовному и физическому совершенствованию людей.

Городской конкурс красоты «Мисс Орел» проводится в областном академическом театре имени И.С. Тургенева. Инициатором проведения данной программы выступает Администрация Орловской области, Орловское отделение Общероссийской общественной организации «Мисс Россия», ГТУ-Медиа, центр «Бурда Моден Орёл».

 Форма проведения – конкурсная программа. Эта форма проведения выбрана в связи с тем, что она является наиболее интересной и пользуется спросом зрительской аудитории.

 Общее время на проведение мероприятия составляет 30 дней (Таблица 1), с 17 марта 2004 года по 16 апреля 2004 года. За это время необходимо провести **следующие мероприятия** (Таблица 1):

* создать комиссии по организации и проведению мероприятия;
* создать административно-постановочную группу;
* написать сценарий;
* отобрать и подготовить конкурсанток;
* составить сметы;
* составить договоров;
* создать концепцию дизайна и света;
* запись фонограммы;
* закупить реквизит;
* заказать билеты и афиши;
* провести репетиции;
* провести рекламную акцию;
* организовать продажу билетов;
* приобрести призы и цветы;
* заказать пожарную и медицинскую службы, милицию;
* оборудовать сцену.

Отбор участниц конкурса и подготовка ведется совместно с директором, режиссером, хореографом.

Отбор участниц ведется три дня, с 18 по 20 марта 2004 с 10.00 – 13.00 часов. Двадцать репетиций по 4 часа, с 22 марта по 1 апреля 2004, с 3 апреля по 14 апреля 2004 с 16.00 – 20.00 дня. Репетиции проводит: режиссер, хореограф, звукорежиссер, светорежиссер.

Оплата труда работников составила сумму - ***37400 рублей,*** в том числе, административно-постановочной группе - ***21800*** ***рублей,*** инженерно-технической – ***7300 рублей***, исполнительскому составу- ***7500 рублей***  и прочим работникам - ***800*** ***рублей*** (Таблица 2).

Для проведения мероприятия необходим следующий реквизит: костюм ведущего и ведущий, вечерние и свадебные платья, джинсовая одежда, купальники, дюралайт (Таблица 3.1.)

Для определения общей стоимости проекта составляется смета затрат (Таблица 3) с постатейным обоснованием. Она состоит из: затрат на оплату труда; начислений на заработную плату; расходы на оформление зала; хозяйственные расходы; изготовление билетов, афиш, аудиорекламы; плата за аренду зала; приобретение призов; рекламная акция; приобретение цветов; резервный фонд.

 Затраты на подготовку и проведение мероприятия составляют 92 189,2 рублей. Прибыль формируется из двух финансовых потоков:

|  |  |
| --- | --- |
| Выручка от продажи билетов | 67 140  |
| Спонсорская помощь | 32 000 |

 (Суммы указаны в рублях)

Совокупно она составляет 99 140 рублей.

В работе использовались договоры: аренды, трудовое соглашение, рекламы продукции (услуги), проведение мероприятия.

В рекламное обеспечение входит: афиши и аудиореклама.

Художественное оформление сцены создает дизайнер.

 Конкурс «Мисс Орел» проводится уже не первый год, пользуется большой популярностью среди жителей города и интересом у администрации города и области. Поддержку проекту оказывают генеральный спонсор Торговый Дом «Золотой Орел», а также: сеть винных супермаркетов «Ароматный мир», орловскитй филиал ОАО «Центртелеком», магазин «Александровы погреба», Дом Моды Нелли Калашниковой «Женсовет», «Муз-Экватор», парикмахерская «А-стиль», магазин-салон «Миллениум». Информационную поддержку конкурсу оказывают телеканалы: Муз-ТВ, СТС, MTV; радиостанции: «Серебряный Дождь ОрелГТУ», Авторадио, Экспресс Радио, ХитFM; газеты: «Почтальон», «Моя реклама», «Телевизор», «Из рук в руки», «Комсомольская правда», «Просторы России»; издательско-полиграфическая фирма «Фолиант». Кроме этого, часть спонсоров предоставляет не только финансовое обеспечение, а также услуги (рекламные), одежду, работников (стилист - дизайнер), цветы, призы.

 Конкурс красоты «Мисс Орел» проводится в городе уже 7-ой год. Это всегда очень эффектный и запоминающийся праздник красоты. А главное – это мероприятие способствует гармоничному развитию личности, эстетическому воспитанию, утверждению здорового образа жизни, духовному и физическому совершенствованию людей.

# **2.2. ОПИСАНИЕ СОБЫТИЯ**

 Упоминание о конкурсах красоты можно найти еще в мифологии. Покровительницей любви, красоты, плодородия и весны являлась богиня Афродита. Ее соперницей была «коварная обольстительница с острова Эя» – богиня Цирцея.

 Согласно легендам в начале первого тысячелетия существовало племя Амазонок, или женщин-воительниц, для которых соперничество составляло немаловажную часть жизни. Однако, у них понятие красота были весьма специфическими. Женщина должна быть сильной, выносливой, физически развитой…

 В начале восьмого века соревнования устраивались цирюльнями. Понятие «красота» приняло новые очертания. Теперь оценивались здоровье волос, кожи, зубов…

 Первый официальный конкурс красоты родился только в сентябре 1921 года в Атлантик-Сити (штат Нью-Джерси) – как сезонная приманка для туристов, чей интерес к местному курорту с началом осени заметно падал.

 В сентябре 1921 года «отцы города» организовали для отдыхающих большую развлекательную программу с «днями Нептуна», красочными шествиями по набе­режной и «конкурсом купальщиц Атлантик-Сити». Желающие принять в нем участие фотографировались, и победительницей объявля­лась та, чей снимок жюри призна­вало наиболее удачным. До 1935 года, с несколькими перерывами, в частности из-за «Великой депрес­сии», проводились конкурсы, на которых оценивались только внеш­ние данные участниц. Позже, по условиям состязания, стали учиты­ваться также их остроумие, арти­стизм и элегантность. Замысел оказался удачным, и уже через три года в Атлантик-Сити впервые со­брались представительницы всех штатов и нескольких крупных го­родов США.

 Переломный момент в судьбе популярного конкурса, во многом определивший его нынешний об­лик, наступил после окончания второй мировой войны. Организаторы конкурса объявили, что с 1945 года главной наградой для «Мисс Америка» ста­нет стипендия, выплачиваемая из специального фонда. Призовые деньги разрешалось тратить толь­ко на продолжение образования, а если какая-то часть суммы оказы­валась невостребованной, остаток подлежал возврату в казну кон­курса. Идея привилась, и повсюду – в крупных штатах и небольших городах – стали создаваться такие же фонды.

 Сейчас конкурс официально на­зывается «Мисс Америка: стипен­диальная программа». Организаторы конкурса не спешат ликовать – наоборот: ста­рательно ищут пути повышения популярности своего шоу. Основа­ния для этого есть: «Мисс Амери­ка-90» собрала у экранов пример­но на миллион человек меньше, чем прошлогодний репортаж, да и до того размеры аудитории в целом постепенно сокращались. А так как от числа зрителей прямо зависит плата за телерекламу, по­добная тенденция грозит сущест­венным снижением доходов, а сле­довательно, и поступлений в кон­курсные фонды.

 Именно финансовыми сообра­жениями был в первую очередь продиктован ряд новшеств, вне­сенных в последнее время в про­цесс избрания «Мисс Америка». Эти перемены связаны с именем юриста из Атлантик-Сити Леонар­да Хорна, ставшего в октябре 1987 года первым платным президен­том и главным исполнительным директором конкурса. До Хорна всю программу «Мисс Америка» в течение 28 лет на добровольных началах возглавлял финансист из Атлантик-Сити Аль­берт Маркс, который превратил конкурс в процвета­ющее коммерческое предприятие с многомиллионным оборотом.

 Среди первых нововведений Л. Хорна был переход к двухступен­чатой системе судейства. На пред­варительном этапе работает се­мерка судей, которых можно условно назвать «профессионала­ми»: это, как правило, квалифици­рованные специалисты в различ­ных сферах шоу-бизнеса, имеющие опыт работы в программах «Мисс Америка». Целую неделю они жи­вут в Атлантик-Сити в строгой изо­ляции в фешенебельном отеле «Трамп плаза». Даже те несколько десятков метров, что отделяют отель от Конвеншн-холла, где про­водятся соревнования, их возят на машинах, чтобы исключить вся­кую возможность встречи с пре­тендентками на корону или с их представителями. За эту неделю судьи знакомятся с девушками, по семь минут беседуя с каждой, и вы­ставляют ориентировочные оцен­ки их сообразительности, артисти­ческим талантам и элегантности. На основании этих данных опреде­ляется десятка финалисток.

 Однако в финальном шоу орга­низаторы кратко представляют зрителям всех «мисс штатов» и объявляют итоги предварительно­го этапа. Большинство участниц сразу остаются вне поля зрения те­лекамер. Теперь все внимание – той десятке, что продолжит борь­бу за «королевский» титул. В программе три раздела: конкурс ку­пальников, конкурс талантов и конкурс бальных платьев. Этот тур оценивает новое жюри, которое видит участниц впервые. Правда, собравшись в Атлантик-Сити в день финала, оно получает воз­можность просмотреть видеозапи­си предварительных собеседова­ний: их оценка идет в финальный зачет и составляет 30 процентов общей суммы баллов. Однако са­мая высокая доля – оценка в кон­курсе талантов – 40 процентов. И лишь по 15 процентов оставлено на долю бальных платьев и ку­пальников. Оценки выставляются по десятибалльной шкале.

 История конкурса «Мисс Россия» начинается в 1929 году, в Париже, где в то время проживали 200 тысяч российских эмигрантов. Редакция журнала «Иллюстрированная Россия», по предложению организатора европейских конкурсов красоты М. де Валефф, провела выборы первой русской красавицы для участия в конкурсе «Мисс Европа». В состав жюри вошли писатели И. Бунин и А. Куприн, художники К. Коровин и А. Бенуа, танцовщик С. Лифарь, другие звезды мировой культуры.

 Лучшей признали 18-ти летнюю Валентину Остерман. Но буквально на следующий день, когда выяснилось, что Валентина – немка российского происхождения, что противоречило условиям конкурса, её дисквалифицировали. Титул «Мисс Россия» был передан занявшей второе место Ирине Левитской.

 В 1933 году обладательница титула «Мисс Россия» Татьяна Маслова завоевала первое место на конкурсе «Мисс Европа». С 1935 года русские девушки с огромным успехом принимали участие в конкурсе «Мисс Вселенная».

 Конкурс «Мисс Россия» в Париже проводился до 1939 года, пока не началась вторая мировая война.

 Конкурс «Мисс Россия», уже на российской земле, был возрожден в 1993 году. Российское авторское общество зарегистрировало программу Национального фестиваля элегантности и красоты, разработанную президентом конкурса Н. Костиным и вице-президентом М. Кругловой.

 Последний по счету финал национального конкурса «Мисс Россия» проходил 13 января 2001г. в Москве.

 Основа национального конкурса «Мисс Россия» – конкурсы в российских регионах. С каждым годом расширяется состав представленных в финале российских республик, областей, городов.

 Для лучшей координации работы в 1999 г. была создана и зарегистрирована Министерством юстиции РФ Общероссийская общественная организация «Мисс Россия».

 Основной целью Организации является содействие развитию и пропаганде деятельности, способствующей гармоничному развитию личности, утверждению здорового образа жизни, духовному и физическому совершенствованию людей.

 **Наши соотечественницы представляли интересы России**

 **на следующих фестивалях:**

 «Мисс Вселенная»;

 «Мисс Европа»;

 «Супермодель Мира»;

 «Мисс Интернешнл»;

 «Мисс Объединенных наций»;

 «Королева Мира»;

 «Мисс Модел Интернешнл»;

 «Мисс Туризм Планеты»;

 «Миссис Мира»;

 «Миссис Планета»;

 «Мистер Европа»;

 Чемпионат мира по искусствам.

 ***О красоте русских женщин говорит весь мир!***

 В Орле первый конкурс красоты «Мисс Орел» был проведен в 1997 г. Первой «Мисс Орёл» стала Олеся Никоненко, студентка ОГУ. Программа была необычной и запоминающейся. Это действительно был праздник красоты и элегантности. С того времени конкурс проходит систематически каждый год в одно и то же время. Победительницы конкурса представляют город Орел на конкурсе «Мисс Россия», где занимают призовые места.

 Именно конкурсная программа позволяет оценить у участниц не только внешние данные, но и элегантность, артистизм, остроумие.

# **2.3. СЦЕНАРИЙ**

Конкурсная программа проводится в Орловском Академическом театре им. И.С.Тургенева.

Оформление сцены – черный бархат. В глубине справа пандус – небольшое возвышение, которое обозначено кулисой – белый шелк. Слева кулиса – черный бархат, на котором с помощью дюралайта обозначена надпись «Мисс Орёл - 2004».

Звучит музыка. На сцене появляется театр пластики и танца . Они исполняют пластический этюд (на спине у каждого по букве, составляющих надпись «Мисс Орёл - 2004») .

*На фоне инструментальной музыки выходят*

***Ведущие*** *– мужчина и женщина.*

***Она:***

Добрый вечер дамы и господа!

***Он:***

Здравствуйте!

***Она:***

Разрешите представиться. (*Называет себя).*

***Он:***

(*Называет себя).*

***Она:***

Мы рады приветствовать вас в этом зале.

***Он:***

На празднике молодости, грации, красоты и элегантности «Мисс Орёл - 2004». Сегодня мы собрались здесь для того, чтобы из 10 прекрасных девушек выбрать одну – самую обаятельную, самую привлекательную, самую очаровательную. В общем, самую-самую – Мисс Орёл, которая будет представлять наш город на конкурсе «Мисс Россия».

***Она:***

А ещё, для всех присутствующих в зале, у нас есть сюрприз, о котором вы узнаете в течение нашей программы. Но не будем томить вас ожиданием. Сегодня красота принадлежит вам.

 ***Он:***

Итак, мы начинаем! Встречайте! Вот они наши красавицы.

*(Первый выход участниц – представление. Свет становится чуть темнее. На сцену выходят участницы.)*

 ***Она:***

Разрешите вам их представить!

Номер 1…

 ***Он:***

Номер 2…

(Блиц-опрос участниц. Ведущие представляют конкурсанток , говорят об увлечениях каждой девушки, о планах на будущее, о чём мечтает… )

***Она:***

Ну вот, знакомство состоялось! Бесспорно, все они красивы, стройны, а главное - у них есть стремление добиться чего-то в жизни, есть цель.

 ***Он:***

Они думают о карьере, языках и, конечно же, они добьются своего.

***Она:***

А теперь, разрешите познакомить вас с теми, кому предстоит сегодня решить не лёгкую задачу: из множества красавиц, выбрать одну единственную, которая станет «Мисс Орёл - 2004».

***Он:***

Знакомьтесь, наше профессиональное жюри

*(Представление жюри конкурса).*

***Она:***

Пока девушки готовятся к следующему выходу, эту сцену занимают мужчины. Впервые мужское дефиле, коллекция трикотажа Валентины Толубеевой «Белое и Чёрное». Это радикально новая коллекция мужской одежды.

 *(Выход юношей в трикотаже от Валентины Толубеевой)*

***Она:***

Это поистине великолепно! Коллекция настолько жизненна, прямо ощущаешь тепло трикотажа. А теперь, давайте вернёмся к нашим участницам, тем более, что они уже заждались за кулисами.

***Он:***

Девушки представляют коллекцию летней одежды Нелли Калашниковой. Хочу заметить, что великолепные причёски участниц выполнены мастерами парикмахерской «А-стиль», за что им особая благодарность.

***Она:***

А теперь встречаем наших конкурсанток!

 *(Второй выход участниц – танцевальная композиция)*

***Он:***

Да! Это действительно праздник красоты! Ведь наши девушки долго готовились. Ежедневные тренировки, по 4 часа оттачивания дефиле, постановки, Работа со стилистами.

***Она:***

А ещё, девушки занимались с психологами. Поэтому так держатся на сцене.

***Он:***

И сегодняшний конкур, это большой праздник – праздник красоты. И нам хотелось бы представить вам тех, без чьей помощи этот праздник не состоялся бы.

 *(Представление спонсоров и организаторов)*

***Она:***

Огромное вам спасибо за помощь и поддержку в организации этого замечательного конкурса красоты. А мы продолжаем.

***Он:***

Часто ожидание счастливых дней бывает счастливее самих этих дней.

***Она:***

Все в этой жизни приходит и забывается, но день свадьбы и особенно часы, что предшествуют ей - никогда!

***Он:***

Пожалуй, если бы не существовало традиций облачаться в свадебное платье, ни одна женщина не вышла замуж. Просто не было смысла. Дорогая, я хочу тебе сделать подарок, - отправится путешествовать в чудесный мир фантазии.

***Она:***

Именно так называется знаменитая Орловская фирма, которая сделает для вас неотразимым и незабываемым самый чудесный день в вашей жизни. Мы благодарим специалистов парикмахерской «А-Стиль», директора ателье «Элегант» Ольгу Завьялову за предоставленные костюмы.

***Он:***

Да будет свадьба!

*(Третий выход девушек в свадебных платьях).*

***Он:***

Пока девушки готовятся, на сцену приглашается коллектив эстрадного танца «Фрэш»

 *(Выступление коллектива «Фрэш»).*

***Она:***

Настоящую революцию в сердцах и умах молодежи в свое время произвело появление на свет джинсов. Джинсовый стиль хоть в чем-то сгладил противоречия между богатыми и бедными, мужчинами и женщинами.

***Он:***

По сути, джинсы стали первыми штанами, которые согласились носить девушки. Это удивительная универсальная одежда, придающая девушкам женственность.

***Она:***

Посмотрим?

Итак, мы отправляемся в путешествие, где царит сила, удаль, красота. Мы благодарим фирму «Галант» за помощь и поддержку.

*(Четвёртый выход девушек в джинсовой одежде).*

***Она:***

Мы продолжаем. И на сцене вновь конкурсантки. Этого выхода зрители всегда ждут больше всего. Итак, вам предоставляется возможность оценить наших участниц в купальниках. Говорить ничего не буду. Такая красота просто не нуждается в комментариях.

*(пятый выход участниц в купальниках.)*

***Он:***

Глядя на это совершенство можно только наслаждаться! Сколько грации, элегантности и нежности! Как они хороши!

***Она:***

Пока мой напарник находится под впечатлением, я выполню своё обещание, данное в начале программы. Это касается сюрприза, который мы вам приготовили.

***Он:***

По номерам ваших входных билетов будет проводиться лотерея. Победитель получает приз – бесплатное обслуживание в салоне «Фигаро» на год

***Она:***

Для проведения лотереи на сцену приглашается директор парикмахерской «А-стиль» Верижников Василий Евгеньевич.

 ***Он:***

А сейчас последний выход участниц. И нашему жюри предстоит окончательно определить, кто же станет той единственной «Мисс Орёл - 2004».

***Она:***

Итак, на подиуме участницы в вечерних платьях от Дома моды «Женсовет» Нелли Калашниковой. Это демонстрация не просто безоблачного счастья, а скорее своих возможностей показать его в разных переживаниях и характерах.

 *(Шестой выход участниц в вечерних платьях от ДМ «Женсовет»)*

***Он:***

Да, перед этой безукоризненной симфонией красоты меркнет любое превосходство. Взгляните еще раз на этих красавиц…(представляет участниц конкурса еще раз).

***Она:***

Развязка все ближе. Мы вплотную подошли к тому моменту, когда все становится на свои места.

***Он:***

Пока жюри подсчитывает балы, я хочу ещё раз представить тех людей и те организации, которые оказали помощь в подготовке нашего шоу. Во-первых, мы благодарны нашим организаторам: Администрации Орловской области, Орловскому отделению Общероссийской общественной организации «Мисс Россия», ГТУ-Медиа, центру «Бурда Моден Орёл», а также

***Она:***

Генеральному спонсору Торговому Дому«Золотой Орел»

* сети винных супермаркетов «Ароматный мир»
* орловскому филиалу ОАО «Центртелеком»
* магазину «Александровы погреба»
* Дому Моды Нелли Калашниковой «Женсовет»
* «Муз-Экватору»
* парикмахерской «А-стиль»
* магазину-салону «Миллениум»

***Он:***

За информационную поддержку благодарим

телеканалы:

Муз-ТВ, СТС, MTV;

радиостанции:

«Серебряный Дождь ОрелГТУ», Авторадио, Экспресс Радио, ХитFM;

газеты:

«Почтальон», «Моя реклама», «Телевизор», «Из рук в руки», «Комсомольская правда», «Просторы России»;

издательско-полиграфическую фирму «Фолиант».

***Она:***

Итак, теперь заслушаем жюри.

***Председатель жюри:***

По следующим номинациям выиграли;

* Мисс Очарование \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* 2 Вице-Мисс Орёл \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* 1 Вице-Мисс Орёл \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Мисс Орёл – 2004 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*Когда идет объявление номинаций, девушка, которую назвали выходит вперед и ей дарят букет, приз и диплом*

***Она:***

Огромное всем спасибо за то, что пришли на наш праздник!

***Он:***

До новых встреч!

# **2.4. План подготовки и проведения мероприятия**

ТАБЛИЦА 1

##### План подготовки и проведения мероприятия конкурса красоты «Мисс Орёл 2004»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№№** | **Перечень работ** | **Сроки****исполнения** | **Ответственный** |
| 11 | Создание комиссии по организации и проведению мероприятия | 17.03.04. | Директор |
| 22 | Создание административно – постановочной группы | 17.03.04. | Режиссер –постановщик |
| 33 | Написание сценария | 18.03.04.-25.03.04. | Сценарист |
| 44 | Отбор и подготовка конкурсанток | 18.03.04.-02.04.04. | ХореографМенеджер |
| 55 | Заказ билетов, афиш | 18.03.04. | Менеджер |
| 66 | Утверждение сценария | 26.03.04. | ДиректорПродюсер |
| 77 | Продажа билетов | 26.03.04.-16.04.04. | Кассир |
| 88 | Рекламная акция | 26.03.04.-16.04.04. | Продюсер |
| 99 | Составление сметы | 27.03.04.-30.03.04. | Главный бухгалтер |
| 110 | Утверждение сметы | 31.03.04. | Директор |
| 111 | Составление договоров | 31.03.04.-03.04.04. | Юрист |
| 112 | Составление перечня исполнителей | 01.04.04 | Режиссёр-постановщик |
| 113 | Создание и утверждение концепции дизайна, звука, света | 01.04.04.-06.04.04. | ДизайнерЗвукорежиссёрСветорежиссёр |
| 114 | Составление графика репетиций | 02.04.04. | Режиссер-постановщик |
| 115 | Закупить реквизит | 02.04.04. | Менеджер |
| 116 | Заключение договоров | 07.04.04. | Юрист |
| 117 | Запись и утверждение фонограммы | 07.04.04.-11.04.04. | ЗвукорежиссёрДиректорПродюсер |
| 118 | Репетиция с ведущими | 09.04.04. | Режиссёр-постановщик |
| 119 | Репетиция с участницами | 10.04.04. | Режиссёр-постановщикХореограф |
| 220 | Заказ призов и цветов | 10.04.04. | Менеджер |
| 221 | Заказать пожарную и медицинскую помощь, милицию | 11.04.04. | Директор |
| 222 | Оборудовать сцену | 11.04.04. | Рабочий по обслуживанию |
| 23 | Прогонная репетиция | 12.04.04.-14.04.04. | Режиссёр-постановщик |
| 124 | Техническая репетиция  | 15.04.04. | Режиссёр-постановщикДизайнерЗвукорежиссёрСветорежиссёр |
| 225 | Приобретение цветов | 16.04.04. | Менеджер |
| 226 | Генеральная репетиция | 16.04.04. | Режиссёр-постановщикХореографЗвукорежиссёрСветорежиссёр |
| 227 | Проведение мероприятия | 16.04.04. | ДиректорРежиссёр-постановщикЗвукорежиссерСветорежиссерСтилист-визажист |
| 228 | Подведение итогов | 16.04.04. | Директор |

# **Проект финансового и договорного обеспечения**

 Общее время на подготовку мероприятия 30 дней (с 17.03.04. по 16.04.04.)

 За это время необходимо выполнить мероприятия, указанные в таблице 1. Весь кадровый состав работает на договорной основе. Общая сумма средств на оплату труда составляет 37400 рублей. Из них: административно-постановочной группе – 21800 рублей, инженерно-технической - 7300 рублей, исполнительскому составу - 7500 рублей, рабочим - 800 рублей. Для определения общей стоимости проекта составлена смета затрат на проведение мероприятия (таблица 3) с обоснованием затрат по каждой статье. Объем затрат по смете составил 92189,2 рублей. Спонсоры предоставляют костюмы для участниц конкурса и шоу-группе, а также призы и подарки. Сумма, превышающая доходы над расходами 5282,6 (составлена смета доходов и расходов таблица 5). Резерв 4000 рублей: использован на непредвиденные расходы.

 ТАБЛИЦА 2

Кадровый состав проекта и оплата труда работников

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Должность** | **Кол-во ед.** | **Кол-во раб./дней.** | **Оплата (руб.)** |

Административно-постановочная группа

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  **1** | Директор | 1 | 13 | 6000 |
|  **2** | Режиссер-постановщик | 1 | 11 | 4000 |
|  **3** | Сценарист | 1 | 11 | 2000 |
| **4** | Юрист | 1 | 11 | 1800 |
| **5** | Главный бухгалтер | 1 | 6 | 3000 |
|  **6** | Менеджер | 1 | 5 | 2500 |
|  **7** | Продюсер | 1 | 10 | 2500 |
|  | **ИТОГО:** |  |  | **21800** |

**Инженерно-техническая**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | Дизайнер | 1 | 14 | 1500 |
| **2** | Звукорежиссер | 1 | 21 | 2500 |
| **3** | Светорежиссер | 1 | 16 | 1800 |
| **4** | Хореограф | 1 | 29 | 1500 |
| **5** | Стилист – визажист | 1 | 1 | спонсор |
| **6** | Раб. сцены | 3 | 1 | Предоставляет театр |
| **7** | Кассир | 1 | 7 |
|  | **ИТОГО:** |  |  | **7300** |

**Исполнительский состав**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | Ведущие | 2 | 6 | 3000 |
| **2** | Манекенщики(юноши) | 10 | 12 | 1500 |
| **3** | Театр пластики и танца | 12 | 12 | 1800 |
| **4** | Ансамбль современного танца «Фрэш» | 8 | 12 | 1200 |
|  | **ИТОГО:** |  |  | **7500** |
| Прочие рабочие |
| **1** | Пожарные | 2 | 1 | 200 |
| **2** | Врач | 1 | 1 | 100 |
| **3** | Охрана | 5 | 1 | 500 |
|  | **ИТОГО:** |  |  | **800** |
|  | ***ВСЕГО:*** |  |  | ***37400*** |

 ТАБЛИЦА 3

Смета затрат

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** |  **Вид затрат** | **Сумма (руб.)** |
| **1** | Затраты на оплату труда | 37400 |
| **2** | Начисления на заработную плату | 13389,2  |
|  **3** | Реквизит и оформление зала | 4200 |
| **4** | Хозяйственные расходы | 6 000  |
| **5** | Изготовление билетов, афиш, аудиорекламы | 4200/2000/1500  |
| **6** | Плата за аренду зала | 19 500  |
| **7** | Приобретение призов  | Спонсор |
| **8** | Рекламная акция | Спонсор |
| **9** | Приобретение цветов | Спонсор |
| **10** | Резервный фонд | 4 000  |
| ***Итого: 92 189,2***  |

**Обоснование таблицы 3 (по каждой статье затрат)**

1. Затраты на оплату труда – 37400 рублей;
2. Начисления на заработную плату составляют 35,8 % - 13389, 2 рубля;
* из них в пенсионный фонд 28 % -10472 рубля;
* социальное страхование 4 % - 1496 рублей;
* медицинское страхование 3,6 % - 13464 рубля;
* страхование от несчастных случаев 0,2 % - 74,8 рубля.
1. Реквизит и оформление зала составили – 4200 рублей;
2. Хозяйственные расходы включают в себя затраты на приобретение канцтоваров, аренду офиса, организациюбанкета после проведения мероприятия. На это отводится 6000 рублей.
3. Изготовление билетов обходится в 4200 рублей:

 720 входных билетов \* 5 руб. – 3600 рублей.

60 пригласительных \* 10 руб. – 600 рублей.

 Изготовление афиш – 2000 рублей: 200 \* 10 руб. Изготовление аудиорекламы-1500 рублей.

1. Аренда зала, включая реквизит, звуко- и свето-оборудования, предоставление рабочих смены и кассира - 19500 рублей.
2. Призы предоставляются спонсорами мероприятия.

 8. Рекламу размещают у себя информационные спонсоры.

 9. Цветы предоставляет спонсор

 10. Резервный фонд служит для покрытия непредвиденных расходов и составляет 4000 рублей.

#

ТАБЛИЦА 3.1.

Расчет необходимого реквизита и величины затрат на него

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | Название | Количество | **Цена** | **Сумма** |
| 1 | Костюм ведущей | 1 | Спонсор |
| 2 | Костюм ведущего | 1 | Спонсор |
| 3 | Вечерние платья | 10 | Спонсор |
| 4 | Свадебные платья | 10 | Спонсор |
| 5 | Джинсовая одежда | 10 | Спонсор |
| 6 | Летние платья | 10 | Спонсор |
| 7 | Купальники | 10 | Спонсор |
| 8 | Задник (черный бархат) | 1 | Предоставляет Театр |
| 9 | Кулиса (белый шелк)  | 1 |
| 10 | Дюралайт | 10м.,3 цвета. | 100р. | 3000р. |
|  11 | Футболки с надписью «Мисс Орёл 2004» | 12 | 100р. | 1200р. |
|  ***Итого: 4200 руб.***  |

**Расчет цены на входные билеты**.

 Вместительность зала – 800 мест.

 Из них 60 – мест для гостей и жюри конкурса.

 800-60=740 мест.

 Принимая во внимание посещаемость 90 %, получаем 670 мест.

 ТАБЛИЦА 4

**Цены на входные билеты**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  **Билеты** | **Места** | **Цена,руб.** | **Стоимость, руб.** |
| **Дорогие** Партер с 1 по 10 ряд[[1]](#footnote-1)\*Амфитеатр с 1 по 10 ряд\* | 200 | 150 | 30000 |
| **Средние** Партер с 11 по 15 ряд\*Амфитеатр с 11 по 13 ряд\* | 144 | 100 | 14400 |
| **Дешёвые**Партер с 16 по 19 ряд\* | 98 | 80 | 7840 |
| **Балкон** Амфитеатр с 14 по 22 ряд\* | 298 | 50 | 14900 |
|  |  | Итого: | 67140 |

ТАБЛИЦА 5

**Смета доходов и расходов**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование статей** | **Сумма (руб.)** |
| Доходы |
| 1 | Продажа билетов | 67 140  |
| 2 | Спонсоры |  32 000 |
|  **Итого** | **99 140**  |
| **Расходы** |
| 1 | Затраты на оплату труда | 37 400  |
| 2 | Начисления на з/п. | 13 389,2  |
| 3 | Расходы на оформление зала | 4 200  |
| 4 | Хозяйственные расходы | 6 000  |
| 5 | Изготовление билетов, афиш, аудиорекламы | 4200/2000/1500  |
| 6 | Плата за аренду зала | 19 500  |
| 7 | Приобретение призов  | Спонсор |
| 8 | Рекламная акция | Спонсор |
| 9 | Приобретение цветов | Спонсор |
| 10 | Резервный фонд | 4 000  |
|  Итого: | **92 189,2**  |
|  Налог на прибыль (24%) |  1668,2 |
|  ВСЕГО РАСХОДОВ: |  93 857,4 |

#### ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ составила 5 282,6 (доход-расход = 99140-93857,4)

ДОГОВОРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

**ДОГОВОР**

**аренды нежилого помещения**

г. Орел "\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_\_\_2004 г.

Орловский Академический Театр им. И.С. Тургенева, именуемый в дальнейшем Арендодатель в лице директора Остащенко В.Ф., действующего на основании устава, с одной стороны и оргкомитета конкурса красоты «Мисс Орел -2004», в лице директора конкурса Ронзина В.А., с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Общие условия

1.1. Арендодатель передает Арендатору в пользование часть принадлежащего ему нежилого помещения и оборудование, находящегося по адресу:

1.2. Срок аренды 3 дня, определяется с 14 апреля 2004г.

2. Обязанности сторон

Арендодатель обязуется:

2.1. Передать указанное помещение и оборудование в состоянии, обеспечивающем его использование для размещения Арендатора.

Арендатор обязуется:

2.3. Пользоваться арендуемым помещением и оборудованием в соответствии с его назначением.

2.4. Оплатить не позднее 7 апреля за пользование помещением

19 500 рублей.

2.5. По окончании срока действия договора передать Арендодателю помещение и оборудование в состоянии, пригодном для его дальнейшего использования.

3. Платежи и расчеты по договору

3.1. Арендатор оплачивает аренду помещения и оборудования. Оплата этих услуг производится Арендатором не позднее 7 апреля 2004г.

4. Ответственность сторон

4.1. При просрочке уплаты арендной платы Арендатор обязан уплатить Арендодателю за каждый день просрочки пеню в размере 1 % от суммы платежа.

5. Заключительные положения

5.1. По истечении срока действия договора Арендатор имеет право преимущественного заключения договора на новый срок.

5.2. В соответствии со ст.169 ГК РФ, односторонний отказ от исполнения обязательств и одностороннее изменение условий договора не допускаются. Договор может быть расторгнут в случаях, предусмотренных действующим законодательством.

5.3. Споры, вытекающие из настоящего договора, разрешаются в установленном законом порядке.

Юридические адреса и реквизиты сторон:

Арендатор: Арендодатель: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М.П. М.П.

**Договор Nо. \_\_\_\_\_\_**

**на рекламу продукции (услуги)**

г. Орел "\_\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_ г.

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

 (полное наименование организации)

именуемое в дальнейшем "Общество", в лице\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

 (должность, Ф.И.О.)

действующего на основании \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

 (Устава, Положения, Доверенности)

с одной стороны, и\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

 (полное наименование организации)

именуемое в дальнейшем "Рекламодатель", в лице \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

(должность, Ф.И.О.)

действующего на основании\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

 (Устава, Положения)

с другой стороны, заключили настоящий Договор о нижеследующем.

**1. Предмет договора**

 1.1. Общество размещает рекламный материал Рекламодателя

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

согласно Заказа Nо. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, на размещение рекламы, являющегося неотъемлемой частью настоящего Договора.

**2. Права и обязанности сторон**

2.1. Общество обязуется разместить информацию о Рекламодателе, форма и содержание которого соответствуют Заказу (ам) на размещение рекламы, либо предоставленным Рекламодателем рекламным материалам.

2.2. По настоящему Договору Рекламодатель получает право на определяемый Заказом объем рекламного выпуска для размещения в рамках указанного объема либо:

- самостоятельно разработанного оригинал-макета рекламного объявления;

- переданных Обществу рекламных материалов (фирменного знака, логотипа, рисунков, фотографий, текста) с формированием оригинал-макета рекламного объявления дизайнерами Общества. В этом случае Рекламодателем может быть предложен общий эскиз рекламного блока.

2.3. Общество самостоятельно определяет содержание и объем справочника в целом, а также конкретное место расположения рекламного материала Рекламодателя по рубрикам и страницам выпуска.

2.4. Общество предоставляет Рекламодателю информацию о физических размерах рекламных полей справочника и рекомендованном объеме текста рекламных объявлений. При несоблюдении Рекламодателем указанных рекомендаций, Общество не может гарантировать качественное восприятие (читаемость) его рекламных материалов. В этом случае Общество оставляет за собой право возможной коррекции текста рекламного объявления, без искажения его смысла, в целях улучшения восприятия информации, так как считает себя ответственным не только перед Рекламодателем, но перед миллионами потребителей справочника.

2.5. Рекламный продукт (оригинал-макет рекламного объявления), разработанный и изготовленный Обществом и опубликованный на страницах справочника, является собственностью Общества и не может быть использован Рекламодателем в других рекламных изданиях.

2.6. Общество не приобретает права собственности на переданные ему Рекламодателем материалы, необходимые для формирования рекламного объявления, и не может использовать их в своих интересах.

2.7. Рекламодатель несет полную ответственность за содержание и достоверность рекламной информации, размещаемой в справочнике, в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

2.8. Общество имеет право отказать Рекламодателю в публикации его рекламного объявления на страницах справочника, если в нем содержится информация противная интересам Общества, прямо ущемляющая интересы конкретных лиц либо вводящая в заблуждение (обман) потребителя рекламы.

2.9. Общество несет материальную ответственность перед Рекламодателем за ошибки в опубликованном рекламном материале, допущенные по вине Общества. При обнаружении таких ошибок, Рекламодатель вправе потребовать от Общества возмещения материального и (или) морального ущерба, который он понес вследствие искажения рекламной информации.

2.10. Переданные Обществу Рекламодателем текст либо готовый оригинал-макет рекламного объявления, являются окончательным вариантом и не могут быть подвергнуты изменению или дополнению к настоящему Договору. Исключением является неожиданное изменение адреса и (или) телефонов Рекламодателя. В этом случае Общество безвозмездно производит необходимую коррекцию рекламных объявлений.

2.11. Рекламодатель имеет право на любую коррекцию своего рекламного материала, переданного Обществу, за плату или безвозмездно (п. 2.10), только до "\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_ года. С этого момента все претензии Рекламодателя на модификацию текста его рекламного объявления считаются необоснованными.

**3. Стоимость услуг и порядок расчетов**

 3.1. Стоимость размещения рекламного материала в выпуске

справочника "\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_" составляет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_USD

 (название) (сумма цифрами)

+ НДС (\_\_\_\_%) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ USD.

 Итого следует к оплате (сумма) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) USD.

 (цифрами и прописью)

3.2. При оплате в течение \_\_\_\_\_ банковских дней к цене, указанной в п. 3.1. применяется скидка в размере \_\_\_\_%.

3.4.Все расчеты между сторонами осуществляются в рублях по курсу ММВБ на день платежа.

**4. Особые условия**

4.1.Настоящий Договор может быть расторгнут по инициативе Рекламодателя в течение одного календарного месяца со дня подписания. В этом случае Рекламодатель обязан направить Обществу официальное письмо с уведомлением о своем желании расторгнуть заключенный Договор. Устные заявления о расторжении Договора считаются недействительными.

4.2.При расторжении Договора по инициативе Рекламодателя Рекламодатель выплачивает Обществу компенсацию в размере \_\_\_\_\_\_% договорной цены.

4.3.При расторжении Договора по инициативе Общества, Общество обязано письменно сообщить о своем намерении и несет ответственность перед другой стороной только при наличии прямой следственно-причинной связи между противоправностью действий и понесенными убытками.

4.5.При невыполнении Обществом своих обязательств Рекламодатель вправе потребовать возвращения произведенной оплаты с уплатой штрафа в размере \_\_\_\_\_\_\_\_\_% от договорной цены, либо иную компенсацию по договоренности сторон.

4.6. Все возникающие в период действия настоящего Договора разногласия решаются путем переговоров сторон, а при не достижении соглашения передаются на рассмотрение в \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Арбитражный Суд.

4.7.Все отношения и обстоятельства не предусмотренные текстом настоящего Договора регулируются действующим законодательством.

**5. Срок действия Договора**

5.1. Договор вступает в силу от момента его подписания уполномоченными представителями сторон и имеет срок действия до момента выхода в тираж выпуска справочника.

**6. Адреса и банковские реквизиты сторон**

6.1. Адрес и банковские реквизиты Общества:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.2. Адрес и банковские реквизиты Рекламодателя в бланке Заказа:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подписи представителей Сторон:

 ОБЩЕСТВО РЕКЛАМОДАТЕЛЬ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 М.П. М.П.

 **ДОГОВОР ОБ ОКАЗАНИИ УСЛУГ**

 **ПО ОРГАНИЗАЦИИ ШОУ-ПРОГРАММЫ**

 г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ "\_\_\_" \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 200 \_\_ г.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, в лице \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем "Заказчик", с одной стороны, и гражданин (ка) РФ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

именуемый в дальнейшем "Исполнитель", с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем.

1. Предмет договора

* 1. Исполнитель обязуется организовать проведение в период

с \_\_\_\_\_\_\_\_\_ г. по \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ шоу-программы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (далее -программа) в Орловском Академическом Театре им. И.С. Тургенева, расположенном по адресу: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ .

 1.2. Заказчик обязуется оплачивать соответствующую деятельность Исполнителя согласно условиям настоящего договора.

2. Права и обязанности сторон

 2.1. Исполнитель:

 2.1.1. Принимает на себя следующие обязательства:

 представить до "\_\_\_" \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 200 \_\_ г. сценарный план проведения шоу-программы;

 представить до "\_\_\_" \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 200 \_\_ г. концепцию рекламной кампании шоу-программы;

обеспечить поступление денежных средств от спонсоров для проведения рекламной кампании в сумме не менее \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ в срок до "\_\_\_" \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 200 \_\_ г.;

получить до "\_\_\_" \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 200 \_\_ г. письменное согласие на участие в программе от соответствующих артистов, творческих коллективов и радиостанций г. Орла на условиях, согласованных сторонами;

обеспечить заключение контрактов творческими коллективами и радиостанциями г. Орла на условиях, согласованных сторонами.

2.2. Заказчик:

2.2.1. Принимает на себя обязательства заключить контракты с популярными профессиональными эстрадными артистами и творческими коллективами из числа следующих: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

при условии получения их письменного согласия на участие в шоу на условиях, согласованных сторонами.

2.2.2. Предоставляет на время проводимых выступлений артистов и

творческих коллективов музыкальное, световое, аудио- и видео-оборудование, прочее сценическое оборудование, являющееся собственностью Заказчика.

2.2.3. Проводит рекламную кампанию программы на основании согласованной сторонами концепции.

2.2.4. Обеспечивают безопасность выступлений артистов и творческих коллективов.

3. Порядок расчетов

3.1. Деятельность Исполнителя оплачивается Заказчиком в сумме \_\_\_\_\_\_\_ руб. в следующем порядке:

Заказчик выплачивает Исполнителю аванс в сумме \_\_\_\_\_\_ руб. в течение \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ дней с даты заключения настоящего договора;

оставшуюся сумму Заказчик выплачивает Исполнителю в течение \_\_\_\_\_ дней после окончания программы при условии надлежащего выполнения Исполнителем его обязательств по настоящему договору.

4. Ответственность сторон

 4.1. За неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязанностей по настоящему договору ответственность стороны несут в соответствии с действующим законодательством РФ.

5. Форс-мажор

 5.1. Стороны освобождаются от ответственности за частичное или полное неисполнение обязательств по настоящему договору, если это неисполнение явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы, возникших после заключения договора в результате событий чрезвычайного характера, которые участник не мог ни предвидеть, ни предотвратить разумными мерами (форс-мажор). К таким событиям чрезвычайного характера относятся стихийные бедствия, военные действия, акты органов государственной власти и управления.

6. Срок действия

 6.1. Настоящий договор вступает в силу немедленно после подписания его сторонами и действует до полного исполнения сторонами своих обязательств по настоящему договору.

 6.2. Договор может быть расторгнут досрочно в одностороннем порядке в случае, если одна из сторон допустила грубые нарушения его условий.

7. Разрешение споров

 7.1. Стороны будут стремиться разрешать все споры и разногласия, которые могут возникнуть из настоящего договора, путем переговоров и консультаций.

7.2. В случае, если споры и разногласия не будут урегулированы путем переговоров, они подлежат разрешению в суде в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

8. Прочие условия

 8.1. Настоящий договор может быть изменен, признан недействительным по основаниям, предусмотренным действующим законодательством, либо по соглашению сторон. Любые изменения и дополнения к настоящему договору действительны лишь при условии, если они совершены в письменной форме.

8.2. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу, - по одному для каждой из сторон.

9. Адреса и реквизиты сторон

 Заказчик Исполнитель

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

# **Трудовой контракт № 7**

г. Орел \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2002 г.

Учебный центр «Бурда Моден Орёл» именуемое в дальнейшем Организация, в лице Генерального директора Ронзина В.А., с одной стороны и директор юридического агентства «Адвокат» Бадров Александр Владимирович, именуемый в дальнейшем Сотрудник, с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем.

1. Организация предоставляет Бадрову А. В. работу в качестве юриста.
2. Трудовой контракт заключается на время с 31 марта 2004 г. по 10 апреля 2004 г. включительно.
3. В течение этого времени Сотрудник должен выполнить следующие работы:
* составить договорное обеспечение мероприятия;
* составить трудовые контракты с каждым из работников;
* обеспечить разрешению правовых споров, возникающих по ходу подготовки и проведения мероприятия.

В случае невыполнения одного из подпунктов п.3 Сотрудником выплачивается неустойка в размере 50% его оплаты труда.

1. Ущерб, нанесенный Сотрудником Организации, подлежит возмещению в соответствии с действующим законодательством.
2. За выполненную работу Организация обязуется выплатить Сотруднику заработную плату в размере 1800 рублей.
3. По усмотрению руководства Организации может выплачиваться премия.
4. Сотруднику устанавливается гибкий режим рабочего времени, при котором продолжительность рабочего дня регулируется им самостоятельно с условием добросовестного выполнения обязанностей.
5. В случае досрочного расторжения контракта по инициативе Организации, последняя обязана выплатить заработную плату в размере, указанном в п.6.
6. Сотрудник может досрочно по своей инициативе расторгнуть контракт в случае, если Организация нарушает принятое на себя обязательство.
7. В случае возникновения между сторонами спора он подлежит урегулированию путем непосредственных переговоров Сотрудника и Организации. Если спор между сторонами не будет урегулирован, то он подлежит разрешению в порядке, предусмотренном действующим законодательством.
8. Настоящий контракт составлен в двух экземплярах. Первый экземпляр находится у Организации, второй экземпляр находится у Сотрудника.

СОТРУДНИК ОРГАНИЗАЦИЯ

### Ф. И. О.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Паспорт:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Адрес\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ИНН\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

выдан\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Счет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Адрес\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ в\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ БИК\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

К/сч \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Директор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

М. П.

Текст рекламы на радио

Уважаемые дамы и господа!

Администрация Орловской области, Орловское отделение Общероссийской общественной организации «Мисс Россия», ГТУ-Медиа, центр «Бурда Моден Орёл», представляют конкурсную программу «Мисс Орёл- 2004», которая будет проходить в Орловском Академическом театре им. И. С.Тургенева 16 апреля 2004 года в 19 часов.

10 самых красивых девушек Орла и Орловской области будут соревноваться за звание «МИСС ОРЁЛ »

За справками и билетами обращайтесь в кассу Академического театра или по телефону 76-16-39.

Информационную поддержку осуществляют: телеканалы: Муз-ТВ, СТС, MTV; радиостанции: «Серебряный Дождь ОрелГТУ», Авторадио, Экспресс Радио, ХитFM; газеты: «Почтальон», «Моя реклама», «Телевизор», «Из рук в руки», «Комсомольская правда», «Просторы России»; издательско-полиграфическая фирма «Фолиант».

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ.**

Конкурс красоты «МИСС ОРЕЛ - 2004» - это не только шоу, это в первую очередь эстетическое воспитание наших зрителей, огромное количество положительных эмоций и впечатлений от красоты и изящества. В современном обществе, где действуют жестокие законы джунглей, где выживает сильнейший, человеку требуется любовь, внимание и поддержка. После трудных будничных дней необходимо время для релаксации. Но отдых тоже должен быть проведен с пользой для самого человека, для его любимых и просто окружающих его людей. Поэтому такие развлекательные мероприятия должны проводиться на профессиональном высококлассном уровне, чтобы, придя на них, человек не только отдохнул, получил положительные эмоции, но и заряд энергии, желания жить и стремиться к чему-то великому и прекрасному, чтобы у него самого возникало желание творить добро. Это основная идея предлагаемого мероприятия.

Такая форма организации как конкурс красоты выбрана не случайно. Это наиболее интересная и зрелищная по уровню восприятия зрителями форма проведения мероприятий. Время и место проведения имеют так же немаловажное значение.

И на фоне таких ощущений предлагаемый шоу моды и красоты будет как нельзя кстати. Он будет интересен и востребован. Областной драматический театр – самая большая площадка в городе. Благодаря высокому уровню, на котором будет проведено мероприятие и достаточной рекламной кампании, заполняемость зала, по моему мнению, должна быть 100%. А это означает, что к красоте, чувству прекрасного, к гармонии приобщится немалое количество наших земляков.

Не смотря на то, что доход от проведения мероприятия недостаточно велик (**5282,6**рубля), гораздо важнее то, что программа направлена на содействие развитию и пропаганде деятельности, способствующей гармоничному развитию личности, утверждению здорового образа жизни, духовному и физическому совершенствованию людей.

Одним из важных элементов в организации такого мероприятия является сотрудничество со спонсорами, которые также имеют возможность провести широкие рекламные акции, тем самым, привлекая к себе потенциальных посетителей.

В заключении хотелось бы отметить, что организация и проведение такой конкурсной программы «МИСС ОРЕЛ-2004» вполне реально и осуществимо. Для этого требуется профессионализм, энергичность, деловой подход и немного фантазии и энтузиазма.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

Специальная литература:

1. Аксенов В.С., Наумов А.П. Технические средства в культурно-просветительной работе. – М.: Просвещение, 1988. – 120 с.
2. Балабанов Основы финансового менеджмента. – М.: Финансы и статистика, 1997. –122 с.
3. Бенифанд А.В. Праздники: сущность, история, современность. – Красноярск, 1986. – 164 с.
4. Бирженюк Г.М., Бузене Л.В., Горбунова Н.А. Методическое руководство культурно-просветительной работы. – М.: Просвещение, 1989. – 142 с.
5. Валькенштейн В.М. Драматургия. – 5-е изд. – М.: Просвещение, 1969.
6. Вершковский Э.В. Режиссура массовых представлений. – М.: Просвещение, 1984. – 165 с.
7. Галуцкий Г.М. Экономика культуры. Учебное пособие.
8. Генкин Д.М. Массовые праздники. Учебное пособие для студентов институтов культуры. – М.: Просвещение, 1975. – 140 с.
9. Генкин Д.М., Конович А.А. Массовые театрализованные праздники и представления. Учебно-методическое пособие. – М.: Просвещение, 1985. – 180 с.
10. Гольцов Г.Г. Основы хозяйствования и финансирования учреждений культуры. – Орел.1998.-146 с.
11. Гольцов Г.Г. Проектирование социально-культурной деятельности. – Орел, 1998.-68 с.
12. Гольцов Г.Г. Экономика СКС: Учебное пособие. – Орёл: ОГИИК, 2001.-172 с.
13. Гольцов Г.Г., Ковальчук А.С. Культура предпринимательства. – Орел, 1996.-110 с.
14. Гончалова Н.М. Режиссерские уроки Станиславского. – М.:1950.- 19с.
15. Культурно-досуговая деятельность: Учебник./ под ред. А.Д. Жаркова, В.М.Чижикова. – М.: МГУК,1998.-461 с.
16. Массовые праздники и зрелища./ Сост. Б. Н. Глан. – М.: Просвещение, 1961.-120 с.
17. Новаторов Р.Б. Маркетинг культурных услуг. – Омск, 1992.-190с.
18. Новаторов Р. Б. Культурно – досуговая деятельность. Словарь-справочник. Омск: АГИК, 1992.-182с.
19. Попов А.Д. Художественная целостность спектакля. – М.: Просвещение, 1970.
20. Ратнер Л.В. Эстетические проблемы зрелищных искусств. – М.: Высшая школа, 1979. – 182 с.
21. Театрализованные праздники и зрелища. 1964-1972. / Ред.-сост. Б.Н.Глан. – М.: 1976.-246с.
22. Титаренко В.В. Труд руководителя. – Орел: Знание. 1998.-50с.
23. Трофимов А.Н., Паршиков Н.А. Право и экономика. Пособие. – Орел, 1998. – 720 с.
24. Туманов И.М. Режиссура массового праздника и театрализованного концерта. Учебное пособие для институтов культуры. – М.: Просвещение, 1974. – 88с.
25. Хренов Н.А. Социально-психологические аспекты взаимодействия искусства и публики. – М.: Просвещение, 1981. – 208 с.
26. Чечетин А.И. Основа драматургии театрализованных представлений. История и теория. Учебник для студентов институтов культуры. – М.: Просвещение, 1981. – 192 с.
27. Шароев И.Г. Режиссура эстрады и массовых представлений. Учебник для студентов высших театральных учебных заведений. – М.: Просвещение, 1986. – 463 с.
28. Экономика культуры. Учебное пособие. – С-Пб., 1992.
29. Якобсон Л. И. Экономические методы управления в СКС. – М.: Экономика, 1991.-280с.

Периодическая печать

1. Гольцов Г.Г. Каковы они, новые условия хозяйствования. – Встреча, 1995, № 2.

**ПРИЛОЖЕНИЕ**

**РЕФЕРАТ**

В работе сделана попытка исследования организации и финансового обеспечения одного из вариантов конкурсных программ в современных условиях. Разработаны композиционное построение и методика организации данного вида программ с учетом их финансового обеспечения.

На основе теоретического материала составлено технико-экономическое обоснование сценария конкурсной программы «Мисс Орёл -2004», в которое вошли: календарный план подготовки и проведения мероприятия, кадровый состав и оплата труда работников, смета затрат, перечень необходимого реквизита, расчет цены на входные билеты, расчет доходов от дополнительных услуг, а также смета доходов и расходов.

В заключении сформулированы выводы и предложения по улучшению проведения подобных конкурсов. Практическая значимость работы заключается в том, что материал используемый в ней, можно применять как в практической части, так и в теоретической – на предмете «Проектирование и финансовое обеспечение культурно-досуговых программ».

# **The abstract**

In work of research of organization and financial maintenance of one of the attempt of research of organization and financial maintenance of one of attempt of research of organization and financial maintenance of one of attempt of research of organization and financial maintenance.

On the basis of a theoretical material the feasibility report of the script show-competition of a stile and beauty «MISS OREL – 2004» is made, in which have come: the calendar plan of preparation and realization of a measure, personnel structure of work of the workers, estimate of expenses, list of the necessary property, account of the incomes from additional services, and also of the inсomes and charges.

In the conclusion the conclusions and offes on improvement of realization of similar shows – competitions are formulated. The practical importance of work consists that the material used in it, is possible to apply both in a practical part, and in theoretical – on a subject «Designing and financial maintenance cultural».

1. \* план зрительного зала смотри в приложении [↑](#footnote-ref-1)