

ОГЛАВЛЕНИЕ

От авторов . 7

Глава 1. УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Что такое менеджмент

Умения менеджера

Функции менеджеров

Планирование

Организация работы предприятия

Подбор кадров

Лидерство

Контроль Управленческие роли менеджеров

Общественные роли

Информационные роли

Функциональные роли

Процесс принятия управленческих решений

Резюме

Глава 2. МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Маркетинговая среда

Покупательское поведение потребителей

Поведение покупателей на рынке

Маркетинговое исследование

Сегментирование рынка

Позиционирование

Репозиционирование

Разработка товаров и торговых марок

Использование в создание марки Этапы жизненного цикла товара

Ценообразование: задачи и политика

Ценообразование, основанное на конкуренции

Ценообразование на основе издержек

Ценообразование, ориентированное на маркетинг

Каналы распределения товаров

Товародвижение Резюме

Глава 3. ОСНОВЫ БУХ УЧЕТА

Основополагающие принципы бухгалтерского учета

Основное уравнение бухгалтерского учета

Двойная запись

Бухгалтерские записи, отображающие хозяйственные операции

Основные документы бухгалтерской отчетности

Расчет отдельных коэффициентов и их анализ

Коэффициент покрытия процентных выплат

Коэффициент покрытия задолженности

Соотношение заемного и собственного капитала

Ставка доходности собственных средств

Анализ полученных коэффициентов Резюме

Глава 4. УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ

Бюджетирование и контроль

Управление финансовыми ресурсами

Временная стоимость денег

Риск и доходность

Структура капитала

Резюме

Глава 5. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Информация в управление

Информационные системы управления

Виды информационных систем 153

Справочно-правовые системы 155

делопроизводство 158

Бухгалтерские программы 163

Резюме 172

Глава 6. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

Состав бизнес-плана 177

Обязательные вопросы 181

Общее описание предприятия и отрасли 183

Описание внедряемого продукта 188

Описание потенциального рынка 193
Описание технологий и организаций производства 195
Оценка выполненных и потенциальных инвестиций 199
Юридическое сопровождение проекта 210
Резюме 21

Глава 7. ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Планирование производственных мощностей 217
Размещение производственных мощностей 219
Создание плана производственных мощностей 220
Снабжение и складской контроль 222
Приобретение материалов и складирование 222
Складской учет 225
Планирование и контроль над производством 228
Аналитические средства планирования и контроля 231
Контроль над качеством 235
Резюме 238

Глава 8. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Определение и функции рекламы 240
Виды рекламы 247
Планирование рекламных кампаний 255
Оценка эффективности рекламных мероприятий 261
Резюме 268

Глава 9. ОСНОВЫ ОЦЕНОЧНОЙ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА

Важность оценки работников в организации 269
Принципы оценки персонала 274
Основные направления оценочной работы 282
Оценка вновь принимаемых работников 283
Оценка имеющихся работников 284
Формирование новых групп, коллективов из имеющихся работников 288
Оценка перспективных работников 292
Типовой набор в последовательность основных мероприятий
оценочной процедуры 296
Методы оценки работников 297

Группировка и предназначение популярных методов оценки работников 302

Организационные приемы оценки персонала 306

Резюме 311

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Нормативные акты 315

Нормативные акты, регламентирующие регистрацию 315

Нормативные акты, регламентирующие сертификацию 316

Нормативные акты в области экологии и окружающей среды 318

Нормативные документы, определяющие порядок организации в ведении бухгалтерского учета на предприятиях в Российской Федерации 319

Нормативные документы, регламентирующие применение контрольно-кассовых машин 320

Налоговое законодательство 322

Приложение 2. Таблицы временной стоимости денег 324