

Логинова Е. Ю.

Искусство управления в малом бизнесе: Учебно-практическое пособие /Е. Ю. Логинова, О. Д. Прянина. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2014.— 296 с.

Оглавление

Глава 1. Ваше предприятие.....	5
1.1. Что такое малый бизнес?.....	5
1.2. Формы осуществления малого бизнеса.....	10
1.3. Порядок государственной регистрации субъектов малого бизнеса.....	28
1.4. Взаимоотношения с налоговыми и таможенными органами.....	32
1.5. Лицензирование.....	37
Глава 2. Бизнес-план.....	43
2.1. Организация бизнес-планирования на предприятии.....	43
2.2. Структура и функции бизнес-плана.....	47
2.3. Этапы бизнес-планирования.....	54
2.4. Требования к разработке бизнес-плана. Разделы бизнес-плана.....	57
2.5. Рекомендации по составлению бизнес-плана.....	72
Глава 3. Методы государственной поддержки субъектов малого бизнеса.....	76
3.1. Основные направления государственной поддержки малого предпринимательства.....	76
3.2. Льготное кредитование субъектов малого бизнеса.....	83
3.3. Страхование субъектов малого бизнеса.....	89
3.4. Сотрудничество с коммерческими банками.....	96
Глава 4. Управление персоналом на малом предприятии.....	101
4.1. Какой у вас персонал.....	101
4.2. Благоприятный климат и корпоративный дух.....	108
4.3. Методы манипулирования персоналом и мотивация.....	116
4.4. Управление конфликтами и контроль за деятельностью персонала.....	126
Глава 5. Ведение бухгалтерского учета в малом бизнесе.....	133
5.1. Особенности бухучета и отчетности для малого бизнеса.....	133
5.2. Основные правила ведения бухгалтерского учета.....	146

5.3. Особенности организации бухгалтерского учета в малом бизнесе.....	148
5.4. Формы бухгалтерского учета на малом предприятии.....	157
5.5. Бухгалтерская документация и регистрация.....	161
Глава 6. На линии войны с конкурентами.....	163
6.1. Классификация конкурентов.....	163
6.2. Изучение деятельности конкурентов.....	173
6.3. Как стать лидером в сегменте.....	180
6.4. Договорные отношения с конкурентами.....	193
Глава 7. Партнеры-поставщики.....	198
7.1. Суть партнерских отношений. Этика взаимоотношений с партнерами.....	198
7.2. Круг поставщиков.....	209
7.3. Как рассчитать оптимальное число поставщиков.....	214
7.4. Как рассчитать, что нужно, а что нет для предприятия.....	219
7.5. Стратегия и тактика ведения переговоров.....	223
Глава 8. Клиенты и взаимодействие с ними.....	233
8.1. Круг клиентов и деление на категории.....	233
8.2. Как понять, чего они хотят.....	240
8.3. Не упускайте возможности клиентов из виду.....	249
8.4. Как заставить клиента купить ваш товар. Вербальное и невербальное общение.....	255
Глава 9. Ваш товар, какой он.....	264
9.1. Торговая марка и товарный знак.....	264
9.2. Цена товара.....	275
9.3. Реклама, маркировка, упаковка.....	281
9.4. Методы сбыта и его стимулирование.....	291