

№	Организационно-правовая форма	Участники	Учредительные документы	Капитал	Ответственность
1	Индивидуальный предприниматель без образования юридического лица - ИПБОЮЛ	1 лицо (могут быть предъявлены квалификационные требования (частная охрана, образование и т.д.)	Иногда лицензия	Незначительный, неразделённый	Отвечает полностью за всё сам
2	Товарищество (полное)	Min 2 лица – <u>только предприниматели (!)</u>	Учредительный договор	Капитал разделён на доли (вклады) учредителей. Минимальный капитал не устанавливается	Солидарная, всем имуществом. Участник, выбывший из товарищества, отвечает по обязательствам товарищества ещё в течение 2-х лет
3	Товарищество на вере	<u>Только предприниматели (!)</u> Кроме участников есть и учредители-вкладчики. Они не участвуют в предпринимательской деятельности, могут в любое время выйти и получить свой вклад.	Учредительный договор	Капитал разделён на доли (вклады) учредителей.	Участники отвечают по обязательствам всем своим имуществом, вкладчики несут убытки только по сумме вклада. Вкладчик имеет право на получение части прибыли, причитающейся на

4	ООО	Min – 1, max - 50	Устав. Учредительный договор.	доли соответственно количеству участников (могут быть неравными)	Только в пределах своих вкладов
№	Организационно-правовая форма	Участники	Учредительные документы	Капитал	Ответственность
5	ОАО	Граждане, юридические лица. Количество не ограничено	Устав.	Не менее 1000 МРОТ	Риск убытков только в пределах стоимости своих акций
6	ЗАО	Не более 50 человек	Устав.	Не менее 100 МРОТ	Риск убытков только в пределах стоимости своих акций
7	Государственные и муниципальные унитарные предприятия ФГУП, ГУП, МУП (Примером такого предприятия является почта)	коммерческие юридические лица	Устав.	Размер уставного фонда государственного унитарного предприятия должен составлять не менее чем 5000 МРОТ, муниципального – не менее чем 1000 МРОТ.	Недвижимое имущество унитарного предприятия не может быть продано, сдано в аренду т. к. не является его собственностью. Это собственность государственная или муниципальная

Тема: Слагаемые успеха в бизнесе

Домашнее задание:

Параграф 6 на стр. 66-69.

План:

**1. Источники
финансирования
бизнеса**

Источники финансирования бизнеса

Любой предприниматель, будь он владелец маленькой фирмы или крупной корпорации, имеющий желание развивать свое предприятие вынужден искать источники финансирования бизнеса, независимо от того, как «хорошо» или «плохо» идут дела предпринимателя.



Источники финансирования бизнеса

**Внутренние
источники**

**Внешние
источники**



**Внутренними
источниками
могут служить:**

**прибыль
фирмы**

**амортизационные
отчисления**



Внешние источники

средства различных
финансовых учреждений

государственные и региональные
фонды поддержки малого бизнеса.

банковские кредиты



Банковский кредит – это денежная сумма, выдаваемая на определенный срок на условиях возвратности и оплаты определенного процента.

Типы кредитов

Краткосрочный (срок не более одного года)

Долгосрочный (срок более одного года)



**«Вопросы для самопроверки»
на стр. 76**

Тема: Слагаемые успеха в бизнесе

Домашнее задание:

Параграф 6 на стр. 69-76.

Задания № 1-3

План:

**1. Основные
принципы
менеджмента**

2. Основы маркетинга

1. Основные принципы менеджмента

Основные принципы менеджмент

Менеджер – это специалист по управлению производством и обращениям товаров, наемный управляющий.

Менеджмент – это деятельность по организации и координации работы предприятия.



Функции менеджмента

Организация – это распределение работ среди людей или отдельных групп и координация их деятельности

Планирование – это постановка целей и определение путей достижения этих целей

Руководство – это создание условий и желания у людей для совместной работы по достижению целей компании

Контроль – это проверка деятельности фирмы на пути к её цели и корректировка отклонений от поставленных целей



2. Основы маркетинга

Маркетинг –

**это деятельность,
направленная на формирование и удовлетворение
потребностей человека посредством обмена.**

**Главная цель маркетинга – приспособить
производство к потребностям рынка
во имя лучшего удовлетворения потребностей и
получения прибыли.**

Принципы маркетинга

- *изучение рынка*
- *проникновение на рынок и разработка*
- *стратегии сбыта*
- *воздействие на рынок*



Изучение рынка –
отправная точка любых
маркетинговых действий.

Одним из методов является
сегментация рынка на
географическую,
демографическую,
психографическую,
поведенческую и др.



Сегментация рынка

Географическая сегментация строится по
региональному

признаку с учетом климата, местности, природных
ресурсов,

плотности населения, наличия городов и сел и др.

Демографическая сегментация связана с
такими

характеристиками, как пол, возраст, размер семьи,
уровень

доходов, род занятий и др.



Сегментация рынка

Поведенческая сегментация

связана с мотивацией

покупок и поведением потребителя,
его отношением к

различного рода товарам.

Психогеографическая сегментация

включает такие

факторы, как стиль жизни, личные
качества потребителя,

их реакции на тот или иной товар



Проникновение на рынок и разработка стратегии сбыта

Проникновение на рынок и разработка стратегии сбыта – наиболее важный принцип, потому что предполагает не только выработку характеристики продукта или услуги и определение цены на них, но и выбор каналов сбыта и видов рекламы. Этот принцип можно отразить через четыре основных понятия:

- продукт,
- цена
- распространение
- стимулирование сбыта



**«Вопросы для самопроверки»
на стр. 76**