

outside equity capital (selling off ownership interest in a corporation);

debt capital (money an owner borrows and is obligated to pay back);

internally generated financing.

A good business idea, determination, adequate financing, and a little bit of luck can greatly enhance your chances of success as a small business owner.

В докладе подробно освещаются вопросы образования малого бизнеса в США. Рассматриваются такие проблемы, как выбор организационно-правовой формы, поиск источников финансирования для малого бизнеса, преимущества и недостатки организации собственного дела и покупки уже существующего предприятия. Особое внимание уделяется проблеме составления бизнес-плана, требованиям, которые предъявляют финансовые учреждения к нему.

О. А. Лишик

(O.A. Lishik),

студентка БГЭУ (Минск)

Концепция общения The Communication Concept

1. The communication concept and communication itself.
2. Two approaches to analyze the process by which people communicate with one another:
 - 5-w approach:
 - who,
 - what,
 - to whom,
 - through which channel,
 - with what effect;
 - to examine communication in the framework of the meanings of two kinds:
 - denotative,
 - connotative.
3. Planning the communication program means:
 - a) analysis of appropriate background information. The information-gathering process includes the data about:
 - communicators,
 - content of the message,
 - audiences,

- media,
- effects;
- b) communication objectives, that are both specific and measurable:
 - to communicate a brand image (to prospective consumers),
 - the building of a certain corporate image (to a company's public relations director),
 - creation of a desirable store image (to the manager of a retail store) and so on. Thus, what sort of image does the public look for?
 - to communicate facts about the company or about the product.
- c) “The communication mix” – the alternative means of carrying out communication objectives:
 - the communicator: their role and their relation with the audience:
 - mass communicators,
 - person-to-person communicators;
 - content of the message:
 - the visual,
 - the verbal;
 - audiences:
 - the variety of classifications in various terms;
 - channels:
 - mediated,
 - nonmediated.
- Scale for differentiating channels:
 - space-time,
 - participation,
 - speed,
 - permanence;
- d) the feedback.

В докладе рассматривается коммуникативная концепция, оказывающая неоценимую помощь в формировании и оценке коммуникативных стратегий рекламных кампаний и на их основе позволяющая принимать важные стратегические решения.

Фирмы, которые придерживаются этой концепции и пытаются применить ее на практике, обычно в более выигрышном положении, нежели их конкуренты, которые не уделяют должного внимания данной теории. Детальное изучение структуры коммуникаций, планирование коммуникативных программ дают возможность рекламным кампаниям добиться большого успеха в продвижении на рынке товаров или услуг.

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.
 □□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.