МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.И. Вернадского»
(ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»)
Техникум гидромелиорации и механизации сельского хозяйства
(филиал)
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. ВЕРНАДСКОГО»
в пгт Советский

Методическая разработка
Требования к выполнению курсовой работы по МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности обучающимися очной формы обучения по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Советский,2019 г.

Организация-разработчик **Техникум гидромелиорации и механизации сельского хозяйства (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского» в пгт. Советский**

Разработчик: **Кушакевич О.В., преподаватель высшей квалификационной категории**

Методическая разработка рекомендована методической комиссией учетно-экономических дисциплин (Протокол № 4 от 05.11.2019 г.)

Председатель _____ О.В.Кушакевич

Методическая разработка рассмотрена на заседании методического совета (Протокол № 4 от 18 ноября 2019 г.)

Методист _____ Д.Н. Красницкая

Содержание:

ВВЕДЕНИЕ 4
1. Общие положения 5
2. Структура, содержание и объем курсовой работы 6
3. Оформление курсовой работы 7
4. Подбор и изучение литературы 8
5. Интернет-ресурсы 8
6. Характеристика и содержание разделов курсовой работы 8
7. Особенности обработки и предоставления (изложения) материала 11
8. Защита курсовой работы 12
9. Приложение 1. 14
10. Приложение 2. 15
11. Приложение 3. 17
12. Приложение 4. 18

ВВЕДЕНИЕ

Курсовая работа по междисциплинарному курсу является одним из основных видов учебных занятий и формой контроля учебной работы обучающихся.

Выполнение обучающимся курсовой работы осуществляется на заключительном этапе изучения МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности, в ходе которого осуществляется обучение применению полученных знаний и умений при решении комплексных задач, связанных с профессиональной деятельностью будущих специалистов.

Цель выполнения курсовой работы:

1. систематизация и закрепление полученных знаний и практических умений;
2. углубление теоретических знаний в соответствии с заданной темой;
3. формирование умений применять теоретические знания при решении различных производственных проблемных ситуаций;
4. формирование умений использовать справочную, нормативную и правовую документацию;
5. развитие творческой инициативы, самостоятельности и организованности;
6. подготовка к Государственной аттестации;
7. выявление уровня подготовки выпускника к самостоятельной работе.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования, рабочим учебным планом предусмотрено 20 часов обязательной учебной нагрузки обучающегося , отведенное на выполнение курсовой работы по МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности на третьем курсе по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Сроки определены учебным планом и графиком учебного процесса.

Выполнение курсовой работы направлено на приобретение обучающимися практического опыта по систематизации полученных знаний и практических умений, формированию профессиональных (ПК) и общих компетенций (ОК):

Код компетенции по ФГОС	Перечень компетенций
Общие компетенции	
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.
Профессиональные компетенции	
ПК 1.1.	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.

ПК 1.2.	На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.
ПК 1.3.	Принимать товары по количеству и качеству.
ПК 1.4.	Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли.
ПК 1.5.	Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.
ПК 1.6.	Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг.
ПК 1.7.	Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.
ПК 1.8.	Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы.
ПК 1.9.	Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.
ПК 1.10.	Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование.

I. Общие положения

Тематика курсовых работ разрабатывается преподавателем, ведущим дисциплину, рассматривается, принимается и утверждается на заседании методической комиссии учетно-экономических дисциплин.

Общее руководство и контроль хода выполнения курсовой работы осуществляется преподавателем, ведущим МДК.

Тему курсовой работы студенты выбирают самостоятельно или по рекомендации преподавателя из разработанного перечня тем (см. приложение 1).

Темы курсовых работ должны соответствовать примерной тематике, рекомендуемой преподавателем, и отражены в рабочей программе профессионального модуля.

Тема курсовой работы может быть предложена студентом при условии обоснования им целесообразности. Допускается выполнение курсовой работы по одной теме группой студентов(2 чел.) при условии прохождения практики в разных торговых предприятиях.

Преподавателем предлагаются примерные планы по темам курсовых работ, которые могут быть доработаны студентом применительно к конкретным условиям организации или предприятия и согласованы с руководителем.

Подготовка к написанию курсовой работы

Сроки сдачи

На занятиях студентам раздаются методические указания, где приводятся:

1) примерные темы курсовых работ (с четким указанием нумерации);
2) примерные планы;
3) цель курсовой работы;
4) правила оформления курсовой работы;
5) характеристика и содержание разделов курсовой работы;
6) подбор и правила указания списка литературы;
7) порядок защиты курсовой работы.

Выбрав тему курсовой работы, студент получает план. Составляет и согласовывает задание (приложение 2) с руководителем, председателем методической комиссии и заведующим отделением, а затем работает и получает консультации по установленному графику. На консультацию приносит материалы, которыми располагает и текст разделов курсовой работы.

Курсовая работа оформляется за две недели до срока сдачи.

В ходе консультаций преподавателем разъясняются назначение и задачи, структура и объем, принципы разработки и оформления, примерное распределение времени на выполнение отдельных частей курсовой работы, даются ответы на вопросы студентов.

Основные функции руководителя курсовой работы

1. Консультирование по вопросам содержания и последовательности выполнения курсовой работы;
2. Оказание помощи студенту в подборе необходимой литературы;
3. Контроль хода выполнения курсовой работы.

Проверка и прием курсовой работы осуществляется руководителем курсовой работы вне расписания учебных занятий. На выполнение преподавателем этой работы отводится один час на каждую работу.

При необходимости руководитель курсовой работы может предусмотреть защиту курсовой работы, которая проводится за счет объема времени, предусмотренного на изучение дисциплины.

Курсовая работа оценивается по пятибалльной системе. Положительная оценка выставляется при условии успешной сдачи курсовой работы на оценку не ниже «удовлетворительно».

Студентам, получившим неудовлетворительную оценку предоставляется право выбора новой темы курсовой работы или, по решению преподавателя, доработки прежней темы, при этом определяется новый срок ее выполнения.

Лучшие работы, представляющие учебно-методическую ценность, могут быть использованы в качестве учебных пособий в кабинетах и лабораториях образовательного учреждения.

II. Структура, содержание и объем курсовой работы

Курсовая работа должна состоять из теоретической и практической частей. При защите она дополняется презентацией в электронном варианте, плакатами и другим раздаточным материалом на бумажных носителях, выполненными студентом самостоятельно и отражающими содержание работы.

Объем курсовой работы – 25 – 30 печатных листов формата А4.

Курсовая работы должна содержать следующие структурные элементы и порядок расположения материала:

- титульный лист стандартного образца;
- утвержденный руководителем план (задание) курсовой работы;
- содержание;
- введение (цель, задачи работы, обоснование актуальности выбранной темы, объект, предмет исследования);
- основную часть работы;
- заключение (основные выводы по работе);
- список литературы;
- приложения.

В основной части работы должен быть включен не только теоретический (50%) , но и практический материал.

Текст работы должен удовлетворять следующим основным требованиям: отражать умение работать с литературой, выделять проблему, формулировать цель, определять задачи и методы исследования, особенности решения проблемы, последовательно излагать сущность рассматриваемых вопросов, показывать владение основными понятиями и терминами, иметь приемлемый уровень языковой грамотности, включая владение функциональным стилем научного изложения.

III. Оформление курсовой работы

Работа выполняется компьютерным набором на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата А4 (210 х 297) с полями: левое – 30 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20

мм, верхнее – 20 мм. Шрифт: черный, тип шрифта - Times New Roman, размер - 14 пт, межстрочный интервал – 1,5. Кавычки и скобки набираются вплотную к тесту, без пробелов (используются кавычки «ёлочки»).

В работе используются **дефисы и тире**. Дефис никогда не отбивается пробелами (компакт-диск), тире отбивается неразрывными пробелами с двух сторон (Счастье - это когда тебя понимают).

Знаки номера (№) и сокращение слова «страница» (С.) отбиваются от идущей за ними цифры неразрывным пробелом. Неразрывным пробелом всегда отделяются инициалы от фамилии и инициалы друг от друга, а также делаются отбивки в сокращениях типа «и т. д.».

Все структурные элементы работы начинают с новой страницы, включая главы основной части.

Заголовки структурных элементов работы (ВВЕДЕНИЕ, НАЗВАНИЯ РАЗДЕЛОВ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ, ПРИЛОЖЕНИЯ) печатают заглавными буквами без точки в конце, не подчеркивая. Заголовки структурных элементов работы выравнивают по центру. Переносить и сокращать слова в заголовке не допускается. Заголовки отделяют от текста двумя интервалами (2,0).

Все страницы курсовой работы, включая приложения, нумеруются по порядку без пропусков и повторений. Первой страницей считается титульный лист, на котором нумерация не ставится, на следующей странице ставится цифра «3». **Порядковый номер страницы печатается на середине верхнего поля страницы.**

Библиографические ссылки в тексте работы оформляют в соответствии с требованиями ГОСТ.

Не принято писать в работе «я думаю», «я предлагаю» и т.п. Излагать материал рекомендуется от первого лица множественного числа («по нашему мнению»). Использованные в работе цифровые данные, выводы, мысли других авторов и цитаты обязательно должны сопровождаться ссылкой на источник, например [15,148] (на странице 148 источника литературы под номером 15 в списке литературы).

В «Содержании» напротив каждого раздела и пункта следует указать номера страниц.

Все иллюстративные материалы, таблицы, рисунки, схемы, диаграммы, графики должны иметь название и номер. Слово «Таблица» пишется полностью, а слово «Рисунок» - сокращенно, например, Рис 2.1.3. (первый рисунок третьего раздела второго подраздела). Цифровой материал в курсовой работе , как правило, оформляют в виде таблиц. Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей, а также сопоставимости информации, полученной из разных источников. Оформление составных частей таблицы имеет свои особенности, на которые следует обратить внимание при выполнении курсовой работы (проекта). Каждая таблица должна иметь номер и название. Номер таблицы может определяться ее принадлежностью к соответствующему разделу и подразделу. Например, третью таблицу во втором разделе второго подраздела нумеруют следующим образом: «Таблица 2.2.3» Допускается и сквозная нумерация таблиц. Название таблицы (внешнее оглавление) должно отражать ее основное содержание, место и время. Название таблицы быть точным и кратким, оглавление следует помещать **по центру над таблицей.** Рисунки, таблицы, список литературы нумеруются.

Графики, диаграммы, схемы в тексте именуются рисунками. Название таблицы пишется между самой таблицей и ее номером. Название рисунка пишется под рисунком, рядом с ее номером. Таблицы и рисунки должны помещаться после ссылки на них. Не рекомендуется переносить таблицы с одной страницы на другую.

Формулы выносятся в отдельную строку. Формулы, на которые делаются ссылки в тексте, нумеруются цифрами в круглых скобках, размещаемые справа от формулы.

Заказные курсовые работы, выполненные на материалах конкретных организаций, должны иметь подтверждения реальности использованных данных - заключение организации.

Курсовая работа должна быть сшита, иметь обложку , титульный лист, оформленный в соответствии с приложением 3 к настоящим методическим указаниям.

IV. Подбор и изучение литературы

Студент самостоятельно подбирает литературу по теме курсовой работы и изучает ее.

Список литературы составляется в следующем порядке: вначале следует перечислить законы и другие нормативные и правовые документы в хронологической очередности их принятия, инструктивные, организационные, статистические материала, справочники. Затем в алфавитном порядке приводятся учебники, учебные пособия, статьи из журналов и других изданий с указанием следующих сведений: фамилия и инициалы автора, полное название книги или статьи, место и дата издания, наименование издательства, номер журнала и газеты.

Список литературы в курсовой работе необходимо приводить в **алфавитном порядке.** При этом по каждому источнику отражаются фамилия и инициалы автора, полный заголовок книги или статьи, место издания, наименование издательства, год издания .

Список литературы содержит библиографическое описание используемых студентом источников литературы и Интернет-ресурсов.

Список литературы составляется в следующем порядке:

- законы Российской Федерации
- указы Президента Российской Федерации
- постановления Правительства Российской Федерации, нормативные акты, инструкции; иные официальные материалы (резолюции рекомендации международных организаций и конференций официальные доклады, официальные отчеты и др.);
- монографии, учебники, учебные пособия;
- иностранная литература;
- источники на CD;
- Интернет-ресурсы.

Количество использованных источников **не менее 20**. В тексте обязательны ссылки на источники.

Интернет-ресурсы

1. www.gks.ru - (официальный сайт Госкомстата РФ)
2. ido.rudn.ru (Экономика) - электронный учебник по курсу "Экономика" (авт.: Бирюков В.А., Зверев А.Ф. и др.) от Федерального фонда учебных курсов на портале Института Дистанц. образования.
3. http://www.economy.gov.ru -Министерство экономического развития РФ
4. cea.gov.ru - Центр экономической конъюнктуры при правительстве Российской Федерации.
5. consultant.ru - Консультант Плюс.
6. economicus.ru –учебно-методические материалы для изучающих экономику; подборка словарей, энциклопедий, справочников.
7. http://www.aup. - бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики на предприятии

V. Характеристика и содержание разделов курсовой работы

ВВЕДЕНИЕ к курсовой работе включает в себя следующие структурные элементы:

- актуальность темы исследования;
- объект, предмет исследования;
- цель и задачи исследования;
- теоретическую базу исследования;
- методы исследования;
- практическую значимость исследования.

Актуальность исследования.

Обоснование *актуальности* темы исследования — одно из основных требований,

предъявляемых к курсовой работе. Актуальность может быть определена как значимость, важность, приоритетность среди других тем и событий.

Актуальность можно обосновать, отвечая на вопрос «Почему данную проблему нужно изучать сейчас, насколько она важна и значима в данное время в данной ситуации?».

Автор работы должен кратко обосновать причины выбора именно данной темы. Можно назвать два основных направления характеристики актуальности. Первое связано с неизученностью выбранной темы. В данном случае исследование актуально именно потому, что определенные аспекты темы изучены не в полной мере и проведенное исследование направлено на преодоление этого пробела. Второе направление характеристики актуальности связано с возможностью решения определенной практической задачи на основе полученных в исследовании данных. Актуальность исследования заключается в объяснении положительного эффекта, который будет достигнут в результате выполнения работы.

Объект исследования представляет собой область научной работы, в пределах которой выявлена и существует исследуемая проблема, то, на что направлено внимание исследователя, что подлежит рассмотрению. Объектом исследования не может быть человек, это процесс, явление, факт.

Предмет исследования - это сторона (часть) объекта, избранная для изучения. Предмет более конкретен, чем объект. Предмет дает представление о том, как рассматривается объект, какие новые качества, свойства, функции объекта рассматривает исследователь. Предмет всегда находится «внутри» объекта и является его признаком. Предмет исследования формулируется подробно и конкретно, поэтому в его формулировке всегда больше слов, чем в формулировке объекта. Предмет определяет тему работы.

Цель исследования — это желаемый конечный результат исследования. В общем случае формулировка цели отчасти повторяет название работы, но звучит в действенном, призывном плане, т.е. начиная с глагола в повелительном наклонении (выявить..., проанализировать..., сравнить ..., разработать., обобщить и т.д.).

Задачи исследования курсовой работы определяются поставленной целью и представляют собой конкретные последовательные этапы (пути) решения проблемы исследования по достижению основной цели.

Примеры формулирования задач:

Содержание деятельности:	**«Частный» предмет деятельности**
исследовать	факторы
проанализировать	подходы
рассмотреть	роль
обосновать	значение
объяснить	место
выявить	средства
проанализировать	литературу
разработать	возможности
определить	целесообразность
проверить на практике	приемы
доказать	технологии
показать	причины
апробировать	критерии
выработать и т.д.	особенности и т.д.

Обычно задач выдвигают от трех до пяти.

Теоретическая база исследования должна быть четко определена, т.е. перечислены все наиболее значимые авторы, проводившие научные или научно-практические исследования по данной проблеме, сформулировано и обосновано отношение автора работы к их научным позициям.

Метод исследования - это способ достижения какой-либо цели, решения конкретной задачи; совокупность приемов и операций исследования. Они помогают регламентировать

процедуру исследования и четко фиксировать изучаемые явления, открывают путь к достижению цели.

Теоретические методы исследования: анализ, синтез, моделирование, дедукция, индукция, классификация, обобщение и др.

Эмпирические методы исследования: наблюдение (непосредственное и опосредованное); опросные методы — беседа, интервью, анкетирование; сравнение, хронометрирование, математические, статистические методы и др.

Практическая значимость исследования должна быть определена и описана. Необходимо указать, кому будут полезны полученные результаты, разработанные материалы. Как и когда целесообразно их использовать.

Объем введения должен быть в пределах 2-3 страниц.

Основная часть состоит из теоретических положений по данным изучаемой литературы, анализа собранных материалов, характеризующих практическую деятельность торгового предприятия (организации), на базе которого выполняется курсовая работа, а также из материалов собственных наблюдений.

Первая глава КР, являющаяся ее теоретической частью, должна содержать полное и систематизированное изложение состояния вопроса по теме работы. Сведения, содержащиеся в этой главе, должны давать полное представление о состоянии и степени изученности

поставленной проблемы. Данная глава КР, по существу, должна представлять собой обзор и анализ имеющихся литературных источников по исследуемой проблеме, позволяющий найти пути решения поставленных задач и выявить умение автора обобщить и критически рассмотреть существующие теоретические воззрения.

Написание первой главы работы проводится на базе предварительно подобранных литературных источников, в которых освещаются вопросы, в той или иной степени раскрывающие тему КР. Подбор необходимой научной литературы проводится с использованием библиотечных каталогов, реферативных журналов, научных журналов по соответствующему направлению, а также монографий, учебников, справочников, нормативной документации, других публикаций, электронных ресурсов. Поиск требуемых литературных источников проводят в библиотеках и поисковых системах, выявляют необходимые источники среди материалов, опубликованных в последние годы, как правило, за последние 5 лет. **Объем теоретической части должен составлять примерно 50 % от всей работы.**

*Вторая глава **(исследовательская)** КР* включает в себя результаты собственных исследований (анализ практического материала, полученного во время **производственной практики**):характеристика объектов и методов исследования, полученные результаты и их анализ, статистическая обработка результатов исследования, иллюстративный материал. Заканчивается глава выводами.

Объем исследовательской части должен примерно составлять 30% от всей работы.

В практической части могут быть представлены расчеты, графики, таблицы, схемы.

Источником информации об организационно-хозяйственной деятельности предприятия (организации) служат: баланс, данные статистической отчетности экономического анализа, материалы финансово-хозяйственной деятельности прогнозируемых показателей и др.

Работа должна содержать договоры, таблицы, схемы, диаграммы, фотографии, рисунки, технологические планировки торговых залов магазинов и складов оптовых баз.

В торговых предприятиях (организациях) студенту следует выявить как положительные, так и отрицательные стороны их деятельности, что позволяет более обоснованно сформулировать выводы и предложения.

Заключение - это завершающая часть работы, в которой излагаются результаты всей выполненной работы. Заключение должно вытекать из изученного теоретического и практического материалов**.** Сначала раскрываются общие, а затем частные идеи,

доказывающие достижение цели. В заключении также могут определяться основные направления для дальнейшего исследования проблемы.

Выводы в заключении должны быть краткими, тезисными и соответствовать количеству поставленных задач. После изложения выводов даются практические рекомендации.

Объем заключения должен составлять не более 3 страниц.

Формулировка должна быть краткой и предлагать мероприятия по устранению выявленных недостатков и дальнейшему совершенствованию деятельности организации или предприятия, повышению его конкурентоспособности. Обоснованные предложения в значительной мере должны определять направления выживаемости торгового предприятия (организации) в условиях рыночных отношений, практическую значимость выполнения работы.

В заключении студент должен подвести итог своей работы по написанию курсовой. Насколько ему удалось реализовать поставленные цели и задачи, определить уровень разработанности проблемы, какими методами удалось воспользоваться. Студент должен оценить свою работу и определить ее важность для будущего специалиста.

Если в ходе работы был проведен эксперимент, то следует дать рекомендации о возможности применения полученных результатов.

По результатам анализа практической части работы желательны рекомендации относительно возможностей практического применения представленных материалов.

VI. Особенности обработки и предоставления (изложения) материала

На основе анализа и обработки собранного материала студент самостоятельно излагает содержание курсовой работы. Прежде, чем ответить на тот или иной вопрос плана, необходимо хорошо продумать его. Материал следует излагать своими словами, не допуская дословного заимствования из литературных источников. Особое внимание следует обратить на грамотность изложения материала. Целесообразно пользоваться орфографическим словарем.

Цитаты и статистические данные необходимо тщательно сверить и снабдить ссылками на источники.

Каждая таблица должна иметь порядковый номер, название, единицы измерения. В таблице должны содержаться как абсолютные, так и относительные (расчетные) показатели. Иллюстрированный материал (схемы-планировки, графики, диаграммы, таблицы, средства рекламы, договоры и др.) должны иметь **единую нумерацию.**

Приложения - это часть текста, которая имеет дополнительное (справочное) значение, но является необходимой для более полного освещения темы. Приложений может быть несколько. В приложения могут быть вынесены копии подлинных документов, отдельные пункты из приказов, инструкций, статистические данные, образцы анкет, тестов, иллюстрации вспомогательного характера и т.д. В тексте работы на все приложения должны быть ссылки (ПРИЛОЖЕНИЕ 1).

Приложения нумеруются по ходу использования их в курсовой работе и помещаются в конце текста. Некоторые графики, схемы могут приводиться в тексте работы. Они также нумеруются, дается ссылка на них.

Приложения должны содержать материалы, имеющие непосредственное отношение к теме выполненной работы.

VII. Защита курсовой работы

Защита курсовой работы проводится на занятиях.

- Студент должен подготовить краткое, желательно устное, сообщение на 3 – 5 мин, где отражается актуальность темы исследования, объект, предмет исследования, цель и задачи исследования, теоретическая база исследования, методы исследования, практическая

значимость исследования, а также сущность темы и краткое содержание материала; особенности нормативного регулирования исследуемых вопросов. Защита может проходить с использованием иллюстративных материалов: схем, таблиц, документов, компьютерных презентаций.

По теме КР делается презентация (слайды) в программе PowerPoint, раскрывающая основное содержание и тему исследования.

Основными принципами при составлении компьютерной презентации являются лаконичность, ясность, уместность, сдержанность, наглядность, запоминаемость.

Количество слайдов должно быть 15 - 20.

В это число входят три обязательных слайда:

-титульный слайд должен содержать следующую информацию: название образовательного учреждения, тему КР, Ф.И.О. автора, Ф.И.О. руководителя, название специальности;

- слайд с указанием цели и задач КР;

- слайд по итоговым выводам по работе.

Остальные слайды должны схематично раскрывать содержание работы, включать минимальный объём поясняющего текста и в наглядной форме представлять основные положения работы.

Состав и содержание слайдов презентации должны демонстрировать глубину проработки и понимания выбранной темы КР, а также навыки владение современными информационными технологиями.

При подборе оформления презентации следует учитывать, что демонстрация слайдов проводится на большом экране. Шаблон оформления слайдов желательно подбирать в соответствии с темой работы и не перегружать дополнительными элементами художественного, но мало информативного характера.

Оформление слайдов презентации

Стиль	• Соблюдайте единый стиль оформления • Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации. • Вспомогательная информация не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями).
Использование цвета	• На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовка, один для текста. • Для фона и текста используйте контрастные цвета. • Помните о том, что цвет может привлекать внимание. •
Анимационные эффекты	Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде. • Динамическая анимация эффективна тогда, когда в процессе выступления происходит логическая трансформация существующей структуры в новую. • Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде. Визуальное восприятие слайда презентации занимает от 2 до 5 секунд, в то время как продолжительность некоторых видов анимации может превышать 20 секунд.

Критерии оценивания курсовой работы.

Оценка *«отлично»* выставляется если:

1. Показана актуальность исследования.

2. Обоснованы и четко сформулированы: цель, задачи, объект и предмет курсовой работы.

3. Достаточно полно раскрыта теоретическая и практическая значимость работы, выполненной автором.

4. Сделаны четкие и убедительные выводы по результатам исследования.

5. Список литературы в достаточной степени отражает информацию, имеющуюся в курсовой работе. В тексте имеются ссылки на литературные источники.

6. Имеется необходимый иллюстративный материал.

Оценка *«хорошо»* выставляется если:

1. Показана актуальность исследования.

2. Обоснованы и четко сформулированы: цель, задачи, объект и предмет курсовой работы.

3. Достаточно полно раскрыта теоретическая и практическая значимость работы, выполненной автором.

4. Сделаны четкие и убедительные выводы по результатам исследования.

5. Список использованных источников не полностью отражает информацию, имеющуюся в курсовой работе

6. Содержание и результаты исследования доложены недостаточно четко.

Оценка *«удовлетворительно»* выставляется, если к курсовой работе имеются замечания по содержанию, по глубине проведенного исследования, работа написана неубедительно.

Оценка *«неудовлетворительно»* выставляется, если курсовая работа имеет много замечаний , работа написана непоследовательно, нелогично.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Примерные темы курсовой работы

1. Организация розничной продажи и торгового обслуживания покупателей
2. Содержание коммерческой деятельности современного предприятия розничной торговли.
3. Организация торгово-технологического процесса на современном предприятии.
4. Формирование ассортимента товаров на предприятиях розничной торговли и пути его совершенствования
5. Оптимизация хозяйственных связей с товаропроизводителями как условие повышения эффективности работы торгового предприятия.
6. Организация рекламной деятельности современного торгового предприятия.
7. Деятельность коммерческой службы торгового предприятия.
8. Закупочная работа как основа коммерческой деятельности торгового предприятия.
9. Современные подходы к организации приемки товаров по количеству и качеству.

10. Культура и деловой этикет коммерсанта как определяющее условие успешности коммерсанта и человека.
11. Мерчандайзинг как инновационное направление коммерческой деятельности и требование времени.
12. Эффективная транспортировка товаров как условие успешности торгового предприятия.
13. Современные методы продажи товаров.
14. Информационное обеспечение коммерческой деятельности как важнейший ее ресурс.
15. Изучение и прогнозирование покупательского спроса как основа успешной работы торгового предприятия.
16. Современная организация расчетов в коммерческой деятельности.
17. Договор поставки как основа коммерческих взаимоотношений продавца и покупателя.
18. Организация продажи товаров на оптовом предприятии.
19. Закон о защите прав потребителей как основа цивилизованных отношений продавцов и покупателей.
20. Управление товарными запасами – важнейшее направление коммерческой деятельности.
21. Методы розничной продажи товаров, их эффективность
22. Организация маркетинговой деятельности торгового предприятия как необходимое условие успешного функционирования в современных социально-экономических условиях.
23. Роль транспортной логистики в успешности торгового предприятия.
24. Правовая база информационного обеспечения о товаре.
25. Анализ достаточности информации на маркировке продовольственных и непродовольственных товаров.
26. Товарные знаки как средство идентификации товаров.
27. Особенности рекламной деятельности на выставках и ярмарках.
28. Организация рекламных акций и компаний.
29. Разработка программ проведения рекламных компаний.
30. Стимулирование сбыта в розничных торговых предприятиях.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.И. Вернадского»
(ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»)
Техникум гидромелиорации и механизации сельского хозяйства
(филиал)
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. ВЕРНАДСКОГО»
в пгт Советский

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий отделением

_____Куцюк Е.А.
«____»_____20__г.

Задание
для курсовой работы

по МДК_____
_____

обучающейся(егося)_____
(фамилия, имя, отчество)

_____
(группа, курс, специальность)

_____

Тема курсовой работы:_____
_____
_____
_____

Утверждена распоряжением № _____ от «_____» _____20__г.
Исходные данные_____
_____
_____

План курсовой работы_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Дата выдачи задания «____» _____ 20 ____ г.

Руководитель курсовой работы: Кушакевич Ольга Владимировна_____

Задание получил «____»_____ _____

Рассмотрено на заседании методической комиссии учетно-экономических дисциплин

Протокол № _____ от «___» _____ 20 __ г.

Председатель методической комиссии: _____ О.В. Кушакевич

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.И. Вернадского»
(ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»)
Техникум гидромелиорации и механизации сельского хозяйства
(филиал)
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. ВЕРНАДСКОГО»
в пгт Советский

КУРСОВАЯ РАБОТА

По МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности

На тему «_____
_____
_____»

Выполнил(ла) обучающийся(аяся) 3 курса 35 группы

Направление подготовки: 38.00.00. Экономика и управление

Специальность 38.02.04. Коммерция (по отраслям)
_____Ф.И.О.

Оценка_____

«_____»_____2019 г.

Руководитель:_____ О.В. Кушакевич
подпись

Советский, 2019 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Примерные планы к темам курсовых работ

1. **Организация розничной продажи и торгового обслуживания покупателей**

ВВЕДЕНИЕ

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

1.1 Понятие и сущность коммерческой работы

1.2 Методы, функции и виды розничной торговли

1.3 Организация закупки и продажи товаров

1.4 Охрана труда на предприятиях розничной торговли

2 ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

2.1 Общая характеристика предприятия

2.2 Сведения о финансово-хозяйственной деятельности

2.3.Действия для развития рынка

2.4 Факторы и условия, влияющие на деятельность торгового предприятия

2.5 Мероприятия по стимулированию продаж

2.6 Мероприятия по привлечению покупателей
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

2. Содержание коммерческой деятельности современного предприятия розничной торговли
ВВЕДЕНИЕ
1 КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РОЗНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ
1.1 Понятие коммерческой деятельности и ее содержание в розничной торговле
1.2 Роль и значение коммерческой деятельности в условиях рынка
1.3 Задачи коммерческой работы по розничной продаже товаров на современном этапе
1.4 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 СОСТОЯНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МАГАЗИНЕ
2.1 Характеристика предприятия
2.2 Коммерческая работа в магазине
2.2.1 Изучение спроса населения
2.2.2 Закупочная деятельность
2.2.3 Формирование ассортимента товаров
2.2.4 Продажа товаров и ее стимулирование
2.3 Анализ показателей эффективности коммерческой деятельности предприятия
2.4 Пути улучшения коммерческой деятельности в торговом предприятии
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

3.Организация торгово-технологического процесса на современном предприятии
ВВЕДЕНИЕ
1 СОДЕРЖАНИЕ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА В МАГАЗИНАХ
1.1 Содержание торгово-технологического процесса, основные принципы рациональной организации
1.2 Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров в магазине
1.3 Организация и технология хранения, и подготовка товаров к продаже
1.4 Размещение и выкладка товаров в торговом зале
1.5 Организация и технология розничной продажи товаров
1.6 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ
2.1 Краткая характеристика торгово-финансовой деятельности магазина
2.2 Организация доставки и приемки товаров
2.3 Организация хранения и подготовки товаров к продаже
2.4 Продажа товаров и дополнительное обслуживание
2.5 Рекомендации по совершенствованию торгово-технологического процесса
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

4. Формирование ассортимента товаров на предприятиях розничной торговли и пути его совершенствования
ВВЕДЕНИЕ
1 ПОНЯТИЕ О ТОРГОВОМ АССОРТИМЕНТЕ, ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДОВ АССОРТИМЕНТА
1.1 Факторы подбора и планирования ассортимента товаров в магазинах

1.2 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ
2.1 Общая характеристика предприятия
2.2 Сведения о финансово-хозяйственной деятельности
2.3.Этапы формирования ассортимента
2.4 Расчёт показателей ассортимента в магазине
2.5 Регулирование ассортимента товаров в магазине
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

5. Оптимизация хозяйственных связей с товаропроизводителями как условие повышения эффективности работы торгового предприятия

ВВЕДЕНИЕ
1 ОРГАНИЗАЦИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ ПРИ СБЫТЕ ПРОДУКЦИИ
1.1 Экономическая сущность и содержание хозяйственных связей по поставкам продукции
1.2 Характеристика форм хозяйственных связей
1.3 Содержание, порядок заключения и виды договоров в коммерческой деятельности
1.4 Сбытовая деятельность предприятий при установлении хозяйственных связей
1.5 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ
2.1 Организационно-экономическая характеристика магазина
2.2 Анализ службы сбыта
2.3 Анализ объемов производства и реализации продукции
2.4 Анализ хозяйственных связей в области сбыта
2.5 Организация правовой работы в отделе сбыта в процессе реализации хозяйственных связей
2.6 Мероприятия по рационализации системы хозяйственных связей в области сбыта
2.7 Предложения по использованию элементов маркетинга в процессе поиска потребителей на рынке и установления хозяйственных связей
2.8 Предложения по рационализации существующей системы хозяйственных связей
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

6. Организация рекламной деятельности современного торгового предприятия

ВВЕДЕНИЕ
1 ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ЗНАЧЕНИЕ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ
1.1 Понятие и сущность рекламы
1.2 Виды рекламы и способы ее распространения
1.3 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ
2.1 Краткая характеристика предприятия
2.2 Планирование рекламной деятельности
2.3 Рекламная деятельность в системе маркетинга
2.4 Процесс разработки рекламы
2.5 Мероприятия по усовершенствованию рекламной деятельности в торговом предприятии
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

7. Деятельность коммерческой службы торгового предприятия

ВВЕДЕНИЕ

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКИХ СЛУЖБ
1.1 Структура коммерческих служб в организации
1.2 Роль и задачи коммерческих служб
1.3 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
2.1 Общая характеристика предприятия.
2.2 Организация работы коммерческой службы на предприятии.
2.3 Анализ показателей экономической эффективности коммерческой деятельности в торговом предприятии
2.4 Пути повышения эффективности коммерческой работы в торговом предприятии.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

8. Закупочная работа как основа коммерческой деятельности торгового предприятия.
ВВЕДЕНИЕ
1 ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАКУПКИ ТОВАРОВ
1.1 Организация закупки товаров как основной элемент коммерческой деятельности
1.2 Источники закупки товаров, их характеристика
1.3 Организация закупки товаров
1.4 Имущественная ответственность сторон за нарушение условий договоров по поставке товаров
1.5 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 ЗАКУПОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАГАЗИНА
2.1 Характеристика торгового предприятия
2.2 Анализ организации закупки товаров
2.3 Контроль и анализ выполнения договорных обязательств по поставкам товаров
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

9. Современные подходы к организации приемки товаров по количеству и качеству
ВВЕДЕНИЕ
1 ТЕХНОЛОГИЯ ПРИЕМКИ ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ
1.1 Торгово-технологический процесс
1.2 Этапы приемки товара на предприятии
1.3 Особенности приемки товаров по количеству и качеству
1.4 Правовое регулирование приемки товаров
1.5 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ ПРИЕМКИ ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ
2.1 Краткая характеристика торгового предприятия
2.2 Приемка товаров по количеству
2.3 Приемка товаров по качеству
2.4 Направления по улучшению технологического процесса в торговой организации
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

10. Культура и деловой этикет коммерсанта как определяющее условие успешности коммерсанта и человека
ВВЕДЕНИЕ
1 КУЛЬТУРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
1.1 Понятие и сущность культуры предпринимательства

1.2 Этические нормы предпринимательства
1.3 Этические принципы предпринимательства
1.4 Требования к личностным качествам коммерсанта
1.5 Профессиональные качества коммерсанта
1.6 Требования к внешнему облику, манерам, деловой одежде
1.7 Правила деловой переписки и телефонных переговоров
1.8 Порядок проведения деловых встреч
1.9 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 АНАЛИЗ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В (ГОРОД, ПОСЕЛОК, СЕЛО)
2.1 Краткая характеристика торгового предприятия
2.2 Анализ культуры предпринимательства в торговой организации
2.3 Анализ культуры предпринимательства в (город, поселок, село)
2.4 Предложения по усовершенствованию культуры предпринимательства в торговой организации
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

11. Мерчандайзинг как инновационное направление коммерческой деятельности и требование времени

ВВЕДЕНИЕ
1 КОНЦЕПЦИЯ МЕРЧАНДАЙЗИНГА
1.1 Мерчандайзинг: история и современное развитие
1.2 Цели и задачи мерчандайзинга
1.3 Правила мерчандайзинга
1.4 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 МЕРЧАНДАЙЗИНГ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
2.1 Краткая характеристика торгового предприятия
2.2 Продвижение товара через предприятие розничной торговли
2.3 Подходы к рекламе и стимулированию сбыта
2.4 Планировка торговых площадей
2.5 Атмосфера магазина
2.6 Предложения по усовершенствованию деятельности торгового предприятия
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

12. Эффективная транспортировка товаров как условие успешности торгового предприятия.

ВВЕДЕНИЕ
1 ВЫБОР ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОСРЕДНИКОВ И МОДЕЛИРОВАНИЕ ПЕРЕВОЗОЧНЫХ ПРОЦЕССОВ В ЛОГИСТИКЕ
1.1 СИСТЕМА КРИТЕРИЕВ ПРИ ВЫБОРЕ ВАРИАНТА ТРАНСПОРТИРОВКИ
1.2 СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭКСПЕДИЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЛОГИСТИКИ
1.3 МЕТОДИКА ВЫБОРА ЭКСПЕДИТОРА
1.4 МОДЕЛИРОВАНИЕ ПЕРЕВОЗОЧНЫХ ПРОЦЕССОВ В ЛОГИСТИКЕ
1.5 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ОБЛАСТИ ТРАНСПОРТИРОВКИ ПРОДУКЦИИ
2.1 КРАТКАЯ ОРГАНИЗАЦИОННО – ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ
2.2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ОБЛАСТИ ТРАНСПОРТИРОВКИ ПРОДУКЦИИ
2.3 ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЛАСТИ ТРАНСПОРТИРОВКИ ПРОДУКЦИИ
ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

13. Современные методы продажи товаров.

ВВЕДЕНИЕ

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕТОДОВ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ В РОЗНИЧНЫХ МАГАЗИНАХ

1.1 Методы продажи товаров в магазинах

1.2 Основные методы стимулирования розничных продаж

1.3 Услуги, оказываемые розничными торговыми предприятиями

1.4 Современные методы продажи товаров за рубежом

1.5 Охрана труда на предприятиях розничной торговли

2 РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МЕТОДОВ ПРОДАЖ И УВЕЛИЧЕНИЮ ОБЪЕМОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МАГАЗИНЕ.

2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика объемов деятельности торгового предприятия

2.2 Анализ основных методов продаж торгового предприятия.

2.3 Мероприятий по увеличению объемов продаж и совершенствованию методов продаж в торговом предприятии

2.4 Расчет эффективности внедрения системы самообслуживания

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

14. Информационное обеспечение коммерческой деятельности как важнейший ее ресурс

ВВЕДЕНИЕ

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

1.1 Сущность, значение, цели и особенности информационного обеспечения

1.2 Технология информационной деятельности

1.3Сущность, цели и задачи информационно-управляющей системы

1.4.Охрана труда на предприятиях розничной торговли

2 ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-УПРАВЛЯЮЩЕЙ СИСТЕМЫ

2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика торгового предприятия

2.2 Виды информационного обеспечения системы управления персоналом

2.3 Методы повышения эффективности информационно-управляющей системы

2.4 Проектирование информационно-управляющих систем и их эффективность в организации

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

15. Изучение и прогнозирование покупательского спроса как основа успешной работы торгового предприятия

ВВЕДЕНИЕ

1 СУЩНОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА И ПУТИ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

1.1 Понятия спрос населения и его виды

1.2 Методы изучения потребительского спроса населения

1.3 Понятие и сущность коммерческой деятельности в общественном питании

1.4 Охрана труда на предприятиях общественного питания

2 МЕРОПРИЯТИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА И ПУТИ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИВ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика торгового предприятия
2.2 Управление маркетингом на предприятии
2.3 Анализ потребителей торгового предприятия
2.4 Анализ изучения спроса в магазине
2.5 Предложения по усовершенствованию деятельности торгового предприятия
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

16. Современная организация расчетов в коммерческой деятельности
ВВЕДЕНИЕ
1. ВИДЫ РАСЧЕТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
1.1.Расчеты торговых организаций с зарубежными партнерами
1.2 Расчеты банковскими переводами.
1.3 Взаимные расчетах по претензиям
1.4 Расчеты платежными поручениями
1.5 Инкассовая форма расчетов
1.6 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 ОРГАНИЗАЦИЯ РАСЧЕТОВ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ
2.1 Характеристика экономических показателей работы предприятияъ
2.2 Организация расчетов на предприятии
2.3 Предложения по улучшению деятельности торгового предприятия по организации расчетов
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

17. Договор поставки как основа коммерческих взаимоотношений продавца и покупателя.
ВВЕДЕНИЕ
1 ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ДОГОВОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ РЕАЛИЗАЦИЮ ТОВАРОВ
1.1 Понятие и система договоров купли-продажи.
1.2 Договор купли-продажи
1.3 Внешнеторговый договор купли-продажи
1.4 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 ОСОБЕННОСТИ ДОГОВОРНОЙ РАБОТЫ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ
2.1 Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия.
2.2 Виды договоров и их характеристика.
2.3 Особенности договорной работы торгового предприятия.
2.4 Пути усовершенствования договорной работы в торговом предприятии.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

18. Организация продажи товаров на оптовом предприятии
ВВЕДЕНИЕ
1 ЗНАЧЕНИЕ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ
1.1 Функции, выполняемые оптовой торговлей
1.2 Виды предприятий оптовой торговли
1.3 Охрана труда на предприятиях оптовой торговли
2. АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
2.1 Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия.

2.2 Анализ организации оптовой торговли
2.3 Предложения по повышению эффективности оптовой торговли в торговом предприятии
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

19. Закон о защите прав потребителей, как основа цивилизованных отношений продавцов и покупателей

ВВЕДЕНИЕ
1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РФ О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
1.1 Права потребителей на получение объективной информации о товаре (работе, услуге) и ответственность другой стороны договора за их нарушение
1.2 Права потребителей на безопасность товара (работы, услуги) и ответственность другой стороны договора за нарушение этих прав
1.3 Права потребителей в случае продажи им товаров ненадлежащего качества
1.4 Претензии и иски потребителей
1.5 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ
2.1 Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия
2.2 Анализ соблюдения прав потребителей в торговом предприятии
2.3 Предложения по улучшению деятельности торгового предприятия в плане защиты прав потребителей
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

20. Управление товарными запасами – важнейшее направление коммерческой деятельности

ВВЕДЕНИЕ
1 РОЛЬ ТОВАРНЫХ ЗАПАСОВ В ОБЕСПЕЧЕНИИ БЕСПЕРЕБОЙНОЙ ТОРГОВЛИ.
1.1Нормирование товарных запасов
1.2Регулирование товарных запасов
1.3 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ В РОЗНИЧНОМ ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ
2.1Краткая экономическая характеристика торгового предприятия.
2.2 Оперативный учёт товарных запасов и контроль за их состоянием
2.3 Анализ результатов управления товарными запасами в действующем торговом предприятии.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

21. Методы розничной продажи товаров, их эффективность

ВВЕДЕНИЕ
1 Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров
1.1 Методы розничной продажи товаров
1.2 Показатели экономической эффективности перевода магазина на самообслуживание
1.3 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 ЭФФЕКТИВНОСТЬ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ
2.1 Краткая экономическая характеристика торгового предприятия.
2.2 Расчёт показателей экономической эффективности перевода магазина на самообслуживание.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

22. Организация маркетинговой деятельности торгового предприятия, как необходимое условие успешного функционирования в современных социально-экономических условиях

ВВЕДЕНИЕ

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Понятие концепции маркетинговой деятельности торгового предприятия

1.2 Маркетинговые решения в торговле

1.3 Охрана труда на предприятиях розничной торговли

2 АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2. 1 Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия

2. 2 Общая характеристика деятельности отдела маркетинга торгового предприятия

2. 3 Анализ маркетинговых решений торгового предприятия

2.4 Общие рекомендации по совершенствованию деятельности отдела маркетинга торгового предприятия

2.5 Разработка маркетинговых стратегий по удержанию и увеличению доли рынка

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

23. Роль транспортной логистики в успешности торгового предприятия

ВВЕДЕНИЕ

1 РОЛЬ ЛОГИСТИКИ В УСИЛЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРУКТУР

1.1 Логистика - важнейший фактор повышения конкурентоспособности организации

1.2 Маркетинговая логистика: понятия, цели, функции, задачи.

1.3 Охрана труда на предприятиях розничной торговли

2 РОЛЬ ЛОГИСТИКИ В УДОВЛЕТВОРЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ДЕЛОВОМ УСПЕХЕ И В УСИЛЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1 Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия

2.2 .Логистические подходы к качеству услуг по перевозке грузов

2.3 Роль логистики в планировании автомобильных перевозок

2.4 Логистика маршрутизации автоперевозок

2.5 Обозримые пути дальнейшего развития транспортной логистики

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

24. Правовая база информационного обеспечения о товаре.

ВВЕДЕНИЕ

1 ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО РФ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДАВЦОВ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

1.1 Понятие о товарной информации. Требования к товарной информации.

1.2 Права и ответственность продавцов по вопросам товарной информации.

1.3 Права потребителей на ин формацию о товарах, их изготовителях и продавцах

1.4 Охрана труда на предприятиях розничной торговли

2 ПРАВОВАЯ БАЗА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ О ТОВАРЕ В МАГАЗИНЕ

2.1 Характеристика экономических показателей работы торгового предприятия

2.2 Формы и средства информации о товаре в торговом предприятии

2.3 Пути усовершенствования деятельности торгового предприятия в области информирования покупателей

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

25.Тема: Анализ достаточности информации на маркировке продовольственных и непродовольственных товаров.

ВВЕДЕНИЕ.
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТОВАРНОЙ ИНФОРМАЦИИ О ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ И НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРАХ
1.1 Понятие о информации и ее нормативно-правовая база
1.2 Виды и формы товарной информации
1.3 Средства товарной информации
1.4 Общие требования к товарной информации
1.5 Требования к товарной информации по продовольственным товарам
1.6 Требования к товарной информации по непродовольственным товарам
1.7 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТОВАРНОЙ ИНФОРМАЦИИ
2.1 Краткая экономическая характеристика предприятия
2.1 Обязанности работника торговли в части информирования покупателей
2.2 Памятка для покупателя и продавца
2.3 Ответственность за нарушение требований по предоставлению информации о товарах
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

26. Товарные знаки как средство идентификации товаров.

ВВЕДЕНИЕ
1 ТОВАРНЫЙ ЗНАК И ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ КАК ОБЪЕКТ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ И ЕГО РАЗНОВИДНОСТИ
1.1 Право на товарный знак и право на знак обслуживания
1.2 Использование товарного знака и распоряжение исключительным правом на товарный знак
1.3 Особенности правовой охраны общеизвестного товарного знака
1.4 Защита права на товарный знак
1.5 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ТОВАРОВ
2.1 Характеристика экономических показателей работы торгового предприятия
2.2 Использование товарного знака и распоряжение исключительным правом на товарный знак в торговом предприятии
2.3 Пути усовершенствования деятельности торгового предприятия в области защиты прав на товарный знак
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

27. Особенности рекламной деятельности на выставках и ярмарках

ВВЕДЕНИЕ
1 ВЫСТАВОЧНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В МАРКЕТИНГЕ
1.1 Характеристика выставочных мероприятий
1.2 Процесс участия фирмы в работе выставки
1.3 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА ФИРМЫ ВО ВРЕМЯ ВЫСТАВКИ
2.1 Характеристика экономических показателей работы торгового предприятия
2.2.Оформление выставочного стенда

2.3 Работа персонала фирмы во время выставки
2.4 Анализ выставочно-ярмарочной деятельности в (городе, посёлке)
2.5 Рекомендации участникам выставок
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

28. Организация рекламных акций и компаний
ВВЕДЕНИЕ
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РЕКЛАМЫ КАК ЭЛЕМЕНТА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
1.1Реклама – понятие, свойства, функции, виды
1.2 Эффективность рекламы
1.3 Правовое регулирование рекламной деятельности
1.4 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 РЕКЛАМНАЯ ПРАКТИКА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
2.1 Характеристика экономических показателей работы торгового предприятия
2.2 Рекламная деятельность торгового предприятия
2.3 Оценка эффективности рекламной деятельности компании
2.4 Мероприятия по повышению эффективности рекламной деятельности торгового предприятия
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

29. Разработка программ проведения рекламных компаний
ВВЕДЕНИЕ
1. РАЗВИТИЕ РЕКЛАМНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ
1.1 Разработка программы проведения рекламных кампаний
1.2 Определение экономической эффективности рекламы
1.3 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТОВАРА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
2.1 Краткая характеристика торгового предприятия
2.2 Разработка и проведение рекламной кампании продвижения товаров организации
2.3 Оценка эффективности разработанной рекламной кампании
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

30. Стимулирование сбыта в розничных торговых предприятиях
ВВЕДЕНИЕ
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ
1.1 Понятие и сущность коммерческой работы
1.2 Методы, функции и виды розничной торговли
1.3 Организация закупки и продажи товаров
1.4 Охрана труда на предприятиях розничной торговли
2 ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ МАГАЗИНА
2.1 Сведения о финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия
2.2 Организация розничной торговли магазина
2.3 Факторы и условия, влияющие на деятельность торгового предприятия
2.4 Мероприятия по стимулированию продаж в торговом предприятии
ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

Этикетка размером 100х60мм

Ф.И.О. обучающегося

КУРСОВАЯ РАБОТА

КР 38.02.04.К-21(35).00

2019