

СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ

Методические указания к выполнению
курсовой работы для студентов специальности
080301.65 «Коммерция (торговое дело)»

Новосибирск 2008

Кафедра коммерции

Коммерческая деятельность : методические указания к выполнению курсовой работы / [сост. ст. препод. Л.М. Струминская, ассист. Л.Н. Анохина]. – Новосибирск : СибУПК, 2008. – 36 с.

Рецензент канд. экон. наук, профессор Г.В. Маклаков

Методические указания утверждены и рекомендованы к изданию кафедрой коммерции, протокол № 8 от 3 марта 2008 г.

© Сибирский университет
потребительской кооперации, 2008

1. Общие положения

В соответствии с учебным планом студенты специальности 080301.65 «Коммерция (торговое дело)» всех форм обучения выполняют курсовую работу по дисциплине «Коммерческая деятельность на рынке товаров».

Цели курсовой работы:

- развитие способностей студента к самостоятельной работе и выявление степени усвоения пройденных разделов дисциплины;
- более глубокое изучение одного из аспектов дисциплины «Коммерческая деятельность на рынке товаров»;
- развитие умения применять научные методы в исследовании коммерческой деятельности и методологии системного подхода для решения практических вопросов;
- выявление умений работать с литературными источниками, обобщать и анализировать данные, делать выводы и давать практические рекомендации.

Теоретическое изучение дисциплины заканчивается написанием курсовой работы с последующей ее защитой и сдачей экзамена. Курсовая работа должна быть представлена в срок, установленный учебным графиком, в противном случае студенты не допускаются к сдаче экзамена по данной дисциплине. Обязательным условием курсовой работы прикладного характера является проведение исследования по выбранной теме на примере конкретной организации (предприятия). Возможно написание реферативной работы по исследованию рынка отдельной товарной группы с привлечением и глубоким анализом статистических данных.

В курсовой работе студент самостоятельно излагает выбранную тему на основе использования литературных и иных источников. Работа должна отражать степень овладения знаниями по избранной теме дисциплины, умение применять их на практике в коммерческой деятельности. Работа должна быть написана грамотно, мысли изложены четко и логично.

Студент несет полную ответственность за содержание и самостоятельность работы.

2. Структура и содержание курсовой работы

Структура курсовой работы – это последовательность расположения ее основных частей. Обязательным для курсовой работы является логическая связь между разделами и последовательное развитие основной темы на протяжении всей работы.

Типовая структура курсовой работы включает следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- библиографический список;
- приложения (при необходимости).

Титульный лист является первой страницей курсовой работы, служит источником информации, необходимой для обработки и поиска документа. Форма титульного листа курсовой работы является общепринятой и приведена в приложении 1.

Содержание курсовой работы включает перечень заголовков разделов (подразделов, пунктов) с указанием страниц, на которых размещаются каждый их них. Заголовки в содержании должны точно повторять заголовки в тексте. Заголовки одинаковых ступеней рубрикации (разделов) необходимо располагать друг под другом, а каждой последующей степени (подразделов) смещать на 3–5 знаков вправо по отношению к заголовкам предыдущей ступени.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, ставятся цель и задачи, формулируются объект и предмет исследования, указывается избранный метод исследования.

Актуальность исследования показывает важность темы для разработки какой-либо теоретической проблемы и решения практических задач. Здесь приводится краткая характеристика состояния интересующей области исследований (что уже сделано в науке в этом направлении и что осталось нераскрытым) с последующим формулированием проблемы.

Проблема – это объективно возникающий в ходе развития познания вопрос или комплекс вопросов, решение которых представляет существенный практический и теоретический интерес.

Вслед за проблемой исследования определяется его объект и предмет.

Объект исследования – область научных изысканий, в которой выявлена и существует исследуемая проблема. Это может быть процесс или явление, которое студент выбрал для изучения, часть коммерческой деятельности, на которую направлен процесс научного познания, изучения, объяснения или преобразования с применением научных методов. Объект исследования должен точно соответствовать заявленной теме и проблеме работы.

Предмет исследования более конкретен, он является частью объекта исследования.

Объект наблюдения – организация, на материалах которой выполнена курсовая работа.

На основе сформулированной проблемы, определения объекта и предмета исследования устанавливается цель. *Цель* – это представление о результате, о том, что должно быть достигнуто в ходе работы. Она должна быть ясной, лаконичной (не более 1–2 предложений).

Сформулированная цель исследования определяет *задачи*, которые необходимо решить для ее достижения. Обычно приводятся 4–6 задач, вытекающих из цели и конкретизирующие ее. Формулировка задач должна быть связана с названием подразделов (параграфов) основной части. Задачи формулируются в следующей форме: *достижение поставленной цели обуславливает необходимость решения следующих задач...* . Далее следует перечисление задач, например: *изучить теоретические основы управления ассортиментом..., описать механизм взаимодействия..., выявить основные факторы..., разработать программу..., обосновать план развития...* и т.п.

Затем во введении перечисляют *авторов основных теоретических исследований* по теме курсовой работы. Далее указывается *структура* курсовой работы, т.е. дается перечень ее структурных элементов.

Объем раздела «Введение» – не более 2-х страниц.

Основная часть курсовой работы содержит, как правило, 3 раздела, каждая из которых в свою очередь делится на подразделы.

Формулировка заголовков разделов и подразделов должна быть четкой, краткой и в последовательной форме раскрывать содержание курсовой работы. Недопустимы одинаковые формулировки названия курсовой работы в целом и отдельных частей или параграфов.

В первом (теоретическом) разделе курсовой работы отражаются общие положения теории, проводится обзор литературных источников по предмету исследования. На основе изучения научных трудов отечественных и зарубежных авторов, законодательных и нормативных актов, излагаются сущность и задачи рассматриваемых проблем в коммерческой деятельности и формируется свое мнение по проблеме. Первый раздел служит теоретическим обоснованием будущих разработок.

Обязательным требованием при написании первой части являются ссылки на используемые источники информации.

Второй раздел курсовой работы должен носить аналитический характер. В нем приводится общая характеристика объекта наблюдения, сведения об его основных экономических показателях, развернутая информация о состоянии тех направлений деятельности объекта, которые предполагается усовершенствовать.

В подразделе 2.1 данного раздела раскрывается организационная характеристика объекта исследования: наименование предприятия, организационно-правовая форма, вид деятельности, место расположения предприятия, организационная структура управления, проводится анализ основных конкурентов и рассматриваются факторы внешней среды организации (предприятия).

Данные можно получить в учредительных документах организации, штатном расписании, должностных инструкциях и др.

Подраздел 2.2 должен включать анализ и оценку коммерческой деятельности в соответствии с выбранным предметом исследования.

Перечень других пунктов второго раздела может быть дополнен с целью более полного раскрытия темы.

Главной целью второго раздела является анализ и оценка состояния изучаемого объекта наблюдения на основе собранной информации в организации; выявление факторов, повлиявших на состояние изучаемого предприятия (конечные результаты хозяйственной деятельности); раскрытия положительных и отрицательных сторон коммерческой работы. В конце второго раздела обобщают-

ся результаты анализа и предлагаются основные направления решения проблем организации (или использования возможностей). Раздел должен заканчиваться выводами, содержащими:

- общую оценку деятельности организации;
- положительные и отрицательные стороны коммерческой деятельности организации (предприятия);
- потенциальные возможности повышения эффективности коммерческой работы в организации (предприятии).

Третий раздел курсовой работы является рекомендательным. В нем даются описание и обоснование предложений (решений) по совершенствованию состояния объекта наблюдения на рынке потребительских товаров, а также оценка предполагаемого эффекта и иных выгод от вносимых предложений.

Заключение содержит итоги выполненной работы. В нем последовательно излагаются теоретические и практические выводы и предложения, к которым пришел студент в результате исследования.

Возможны разные варианты написания заключения. Наиболее целесообразным представляется следующий вариант: «*В ходе выполнения курсовой работы были решены следующие задачи ...*» речь идет о задачах, сформулированных во введении к работе, и степени их решения.

Возможен вариант-«резюме», когда делаются краткие выводы по всей структуре работы. Они оформляются в виде пронумерованных абзацев, последовательность которых определяется логикой построения исследования. Они должны быть краткими и четкими, дающими полное представление о содержании, значимости, обоснованности коммерческой работы и эффективности разработок по ее совершенствованию.

В заключении рекомендуется использовать следующие обороты: *исследовано, установлено, обосновано, доказано, выявлено, предложено, рассмотрено* и т. д.

После заключения в курсовой работе приводится **библиографический список**, составленный в соответствии с ГОСТ 7.1-2003. Список отражает объем информации самостоятельно обработанный студентом. Поэтому в списке используемых источников должны быть отражены только те, на которые есть ссылки в тексте, в том числе электронные.

В приложения следует выносить вспомогательный материал, к которому относятся: промежуточные расчеты, таблицы вспомогательных цифровых данных, иллюстрации вспомогательного характера, учредительные документы, инструкции, заполненные формы отчетности, анкеты обследования потребителей и т. д. Таким образом, содержание курсовой работы должно соответствовать ее целям и задачам, по структуре и объему должна соответствовать требованиям представленным в табл. 1.

Таблица 1

Структура и объем курсовой работы

Разделы курсовой работы	Объем (в страницах)
1. Титульный лист	1
2. Содержание	1
3. Введение	1–2
4. Теоретический раздел	10–15
5. Аналитический раздел	10–15
6. Рекомендательный раздел	5–10
7. Заключение	1–3
8. Библиографический список	(не менее 25 источников)
9. Приложения	неограничен
Итого	30–40 (без приложений)

3. Основные этапы выполнения курсовой работы

Выбор темы курсовой работы

Тема курсовой работы выбирается студентом самостоятельно, руководствуясь интересом к проблеме, своими личными предпочтениями, возможностями получения материалов и другими обстоятельствами и согласовывается с руководителем. Примерная тематика курсовых работ представлена в приложении 2. В отдельных случаях, по согласованию с руководителем, тема может быть изменена в соответствии с особенностями деятельности изучаемой организации (предприятия). Курсовая работа в дальнейшем может быть использована как основа выпускной квалификационной работы.

Для студентов заочной формы обучения рекомендуется выбирать тему курсовой работы, связанную с их практической дея-

тельностью, что должно порождать интерес к теме и обусловливать творческий характер ее раскрытия.

Тема курсовой работы должна быть актуальной и соответствовать специальности 080301.65 «Коммерция (торговое дело)» и специфики дисциплины «Коммерческая деятельность на рынке товаров». Не допускается выполнение несколькими студентами курсовой работы на одну и ту же тему и на примере одного предприятия.

Подбор литературы и составление библиографического списка

Изучение литературных источников расширяет кругозор, способствует привитию навыков научного исследования. Подбор литературы производится с помощью тематического, алфавитного и электронного каталогов, имеющих в библиотеке университета.

В курсовой работе должны быть использованы:

- литература по темам, указанным в программе по дисциплине «Коммерческая деятельность на рынке товаров» для специальности 080301.65 «Коммерция (торговое дело)»;
- литература, рекомендованная преподавателем на лекциях и семинарских занятиях;
- литература, подобранная студентом самостоятельно.

Источниками информации для выполнения курсовой работы могут быть: учебники, монографии, периодические издания, конспекты лекций, материалы статистических органов, материалы научных конференций, сеть Интернет, другие источники. В библиографический список включают все использованные при написании курсовой работы источники.

Изучение литературы и составление плана

Студент должен ознакомиться с темой, соответствующей программе дисциплины «Коммерческая деятельность на рынке товаров», проработать значительную часть учебной литературы, конспекты лекций, после чего составить подробный план и согласовать его с руководителем. План необходим для определения основных направлений работы и составления содержания. Поэтому вопросы плана должны соответствовать выбранной теме, быть ло-

гически увязанными, четко сформулированными. Примерные планы курсовых работ приводятся в приложении 3.

Написание текста

Текст работы должен быть кратким, четким и не допускать двусмысленных толкований.

При изложении обязательных требований в тексте следует употреблять слова: *должен; необходимо; требуется, чтобы; разрешается только; не допускается; запрещается*. При изложении других положений следует применять выражения: *могут быть, как правило, при необходимости, может быть*. Форма изложения – повествовательная, например: *применяют, указывают* и т. п.

В работе необходимо употреблять экономические термины, обозначения и определения, установленные соответствующими стандартами, а при их отсутствии – общепринятые в научно-технической литературе.

В тексте работы не допускается:

- употреблять обороты разговорной речи;
- применять для одного и того же понятия различные научно-технические термины, близкие по смыслу, а также иностранные слова и термины при наличии равнозначных слов и терминов в русском языке;
- употреблять произвольные словообразования;
- использовать сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии, соответствующим государственным стандартам;
- сокращать обозначения единиц экономических величин, если они употребляются без цифр, за исключением единиц экономических величин в головках и боковинах таблиц и в расшифровках буквенных обозначений, входящих в формулы и рисунки.

Не должно быть растянутых предложений с нагромождением придаточных оборотов и вводных слов, частое повторение одних и тех же слов и выражений. Не должно быть орфографических и стилистических ошибок.

Излагать материалы рекомендуется своими словами, не допуская дословного переписывания из литературных источников.

Текст следует делить на абзацы, каждый из которых содержит самостоятельную мысль. Логическая целостность высказывания,

присущая абзацу, облегчает восприятие текста. В каждом абзаце следует соблюдать последовательность в изложении фактов и внутреннюю логику их подачи, которая в значительной мере определяется характером текста.

В повествовательных текстах (т. е. текстах, излагающих ряд последовательных событий) порядок изложения фактов чаще всего определяется хронологической последовательностью фактов и их смысловой связью друг с другом.

В описательных текстах, когда предмет или явление раскрывается путем перечисления его признаков и свойств, вначале принято давать общую характеристику описываемого факта, взятого в целом, и лишь затем – характеристику отдельных его частей.

Приводимые в тексте цитаты, данные бухгалтерской, оперативной и статистической отчетности следует тщательно сверить и снабдить их постраничными ссылками на источники информации.

В тексте следует избегать повторений, не допускать перехода к новой мысли, пока первая не получила логического завершения.

Нельзя вести повествование от первого лица, однако, при необходимости допускается употребление выражений в третьем лице: *автор предполагает, по нашему мнению*. Цифровой материал рекомендуется представлять в виде таблиц, графиков, диаграмм и сопровождать их соответствующими выводами.

4. Требования к оформлению курсовой работы

Курсовая работа выполняется на компьютере и печатается на одной стороне листа бумаги формата А4 (210 мм×297 мм).

Для ввода текста используют:

- шрифт – Times New Roman,
- размер – 14 пт,
- интервал между строками – полуторный,
- отступ первой строки – 1 см.
- размеры полей: верхнее – 2 см, нижнее – 2,5 см, правое – 1,6 см, левое – 2,5 см.

Для выделения ключевых понятий допускается использование других способов начертания (курсив, полужирное). Опечатки, описки и графические неточности, обнаруженные в процессе выполнения курсовой работы, допускается исправлять закрашиванием белым штрих-корректором и нанесением на том же месте ис-

правленного текста машинописным способом или черной тушью от руки.

Текст курсовой работы делят на разделы, подразделы, а иногда на пункты и подпункты. Каждый раздел текстового документа начинается с новой страницы. Так как к разделам приравнивается: введение, заключение, библиографический список, приложения, то они тоже начинаются с новой страницы.

Разделы (части) должны иметь порядковый номер в пределах всего документа. Разделы обозначаются арабскими цифрами с точкой и записываются с абзацного отступа (с красной строки).

Разделы могут иметь подразделы. Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номера раздела и подраздела, разделенных точками. Например:

1. Теоретические аспекты исследования конъюнктуры рынка
 - 1.1. Понятие и сущность конъюнктуры рынка
 - 1.2. Задачи исследования конъюнктуры рынка
 - 1.3. Система показателей конъюнктуры рынка

Заголовки разделов следует писать прописными полужирными буквами без точки в конце, не подчеркивая. Перенос слов в заголовках не допускается. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Расстояние между заголовком и текстом при выполнении на компьютере должно быть равно 3-м одинарным интервалам.

Заголовки подразделов следует располагать с абзаца без точки в конце и без переносов, печатать строчными буквами, не подчеркивая. Расстояние между заголовками раздела и подраздела – 1,5 одинарных интервала.

Ссылки

На все приводимые в курсовой работе цифровые данные, цитаты, мнения авторов должны быть сделаны ссылки. Для этого в квадратных скобках указывается порядковый номер источника, указанного в библиографическом списке. Например, ссылка [2, с. 54] означает, что использован информационный источник под номером 2 в списке литературы и ссылка делается на страницу 54. Наличие ссылок подтверждает работу автора с источниками и в этом смысле является обязательным элементом работы.

В ссылках на структурные части текстов курсовой работы указывают номер разделов, подразделов, пунктов. Например: ... в соответствии с подразделом 1.2.

Ссылки на таблицы, рисунки, приложения заключаются в круглые скобки.

Иллюстрации

Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, диаграммы, фотографии) следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице работы. Их нумеруют арабскими цифрами в двух вариантах: либо сквозная по всему тексту (рис. 1, рис. 2 и т.д.), либо – по разделам (рис. 1.1; рис. 2.1). Если иллюстрация в работе единственная, то она не нумеруется. При ссылках на иллюстрации следует писать: ... в соответствии с рис. 2.1.

Иллюстрации, должны иметь наименование и (при необходимости) пояснительные данные. Слово «рисунок» и его название располагается после рисунка по центру.

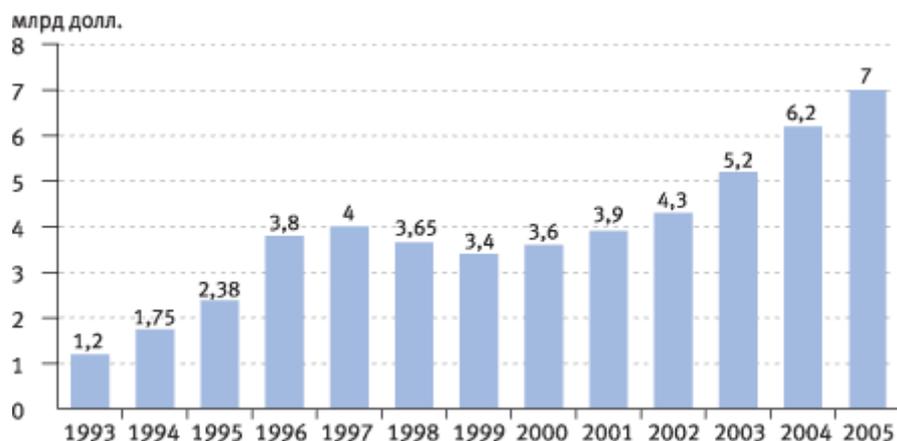


Рис. 1. Динамика объемов российского парфюмерно-косметического рынка в 1993–2005 гг.

Таблицы

Цифровой материал для общей наглядности, как правило, оформляют в виде таблиц. Таблицы должны быть пронумерованы. Нумерация таблиц может быть либо сквозной по всему тексту (табл. 1, табл. 2 и т.д.), либо – по разделам (табл. 1.3; табл. 2.4). Если в работе приведена одна таблица, то нумерационный заголовок не нужен. Таблицу следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице, а при необходимости, в приложении курсовой работы.

На все таблицы документа должны быть приведены ссылки в тексте. При ссылке следует писать слово «таблица» в сокращенном виде в скобках, с указанием ее номера. Например: *Данные анализа (табл. 3.2) показывают, что ...*

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы, а подзаголовки граф – строчными буквами – если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят. Заголовки и подзаголовки граф указывают в единственном числе.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другую страницу, при этом нумерационный заголовок пишут один раз над первой частью таблицы, над другими частями пишут *Продолжение табл.* или *Окончание табл.* с указанием номера таблицы. Например:

Таблица 2.2

Показатели эффективности коммерческой деятельности ООО
«Темп» за 2006–2007 гг.

Показатели	Данные за текущий год	Данные за предшествующий год	Отклонение в сумме, руб.	Отклонение в %
1	2	3	4	5

Продолжение табл. 2.2

1	2	3	4	5

1	2	3	4	5

Если числовые значения величин в графах таблицы выражены в разных единицах измерения величины, их обозначения указывают в подзаголовке каждой графы. Если повторяющийся в разных строках графы таблицы текст состоит из одного слова, то после первого написания допускается заменять кавычками, если из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словами «То же», а далее кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр, марок, знаков, математических символов не допускается. Если цифровые или иные данные в какой-либо строке таблицы не приводят, то в ней ставят прочерк.

Формулы

В формуле в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами. Для ввода формул целесообразно использовать редакторы формул Microsoft Equation 3.0 или Microsoft Math Type.

Пояснение символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, если они не пояснены ранее в тексте, должны быть приведены непосредственно под формулой. Пояснение каждого символа следует давать с новой строки в той последовательности, в которой символы приведены в формуле. Первая строка пояснения должна начинаться со слова «где» без двоеточия после него. Ссылка в тексте на порядковые номера формул даются в скобках. Например:

Коэффициент установочной площади торгового зала K_y определяется по формуле

$$K_y = \frac{S_{уст}}{S_T}, \quad (1)$$

где $S_{уст}$ – площадь торгового зала, занятая под установку оборудования, m^2 ;

S_T – площадь торгового зала, m^2 .

Формулы, следующие одна за другой и не разделенные текстом, разделяют запятой и нумеруют сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записываются на уровне формулы справа в круглых скобках.

Допускается нумерация формул в пределах раздела (части). В этом случае номер формулы состоит из номера раздела (части) и порядкового номера формулы, разделенные точкой, например: (1.1) – первая формула первой части (раздела).

Допускается запись формул и уравнений от руки черными чернилами.

Нумерация страниц

Страницы курсовой работы нумеруются арабскими цифрами по центру верхнего поля страницы без знака №. Нумерация страниц начинается со второй страницы введения (титульный лист, оглавление и первая страница введения не нумеруются, но включаются в общую нумерацию).

Библиографический список

Используемые источники, согласно ГОСТ 7.1-2003, располагаются в списке в алфавитном порядке (по фамилиям авторов или названиям). Для каждого источника указываются: фамилия и инициалы автора (авторов), название, место, год и объем издания. При наличии трех авторов и более допускается указание фамилии и инициалов одного автора с добавлением «и др.». Заглавие книги, место издания приводятся полностью в именительном падеже, за исключением названий городов: Москва (М.), Санкт-Петербург (СПб.), Ленинград (Л.). Далее указывают наименование издательства, год издания и количество страниц. Например:

Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебное пособие / Ф.Г. Панкратов. – М.: Дашков и К°, 2006. – 503 с.

При описании статей после фамилии и инициалов автора указывают название статьи, затем через две косые черты – название

сборника, журнала, год издания, номер журнала и страницу, а в описании газетных статей указывают год, число и месяц выхода газеты. Например:

Маслова Е.А. Цветорадуга помогает торговле. Об элементах цветопсихологии в коммерческой этике / Е.А. Маслова // Деловой вестник Российской кооперации. – 2006. – № 7. – С. 74–78.

Приложения

Материал, дополняющий текст документа, допускается помещать в приложениях. Приложения могут содержать: графические материалы, таблицы большого формата, расчеты, копии документов, таблицы с исходными данными, иллюстрации вспомогательного характера, анкеты и др. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием вверху страницы справа слова «Приложение». Приложение должно иметь заголовок. Если в работе более одного приложения, то они нумеруются арабскими цифрами без знака №. Приложения должны иметь общую с остальной частью работы сквозную нумерацию страниц.

В тексте работы на все приложения делают ссылки. Например: *Исследование потребительских предпочтений проводилось с использованием анкеты (приложение 1).*

Стиль изложения

По своему стилевому оформлению курсовая работа должна соответствовать требованиям, предъявляемым к письменной научной речи. В работе наиболее приемлем формально-логический способ изложения материала, который проявляется в применении слов и выражений, указывающих:

- на последовательность развития мысли (вначале, затем, во-первых, во-вторых и др.);
- причинно-следственные отношения (следовательно, поэтому, вследствие этого и др.);
- итог, вывод (итак, таким образом, обобщая выше изложенное и др.).

Особенностями стиля изложения курсовой работы должны быть:

- ясность (умение писать доступно и доходчиво);
- смысловая точность (обеспечивает теоретическую и практическую ценность излагаемой информации);
- краткость (умение избегать многословия, повторов).

5. Рецензирование и защита курсовой работы

Написанную и правильно оформленную курсовую работу студент сдает на кафедру коммерции для ее рецензирования.

В рецензии отражаются достоинства и недостатки работы, указываются вопросы, которые должны быть подготовлены к защите, а также предварительная оценка. Если работа удовлетворяет необходимым требованиям, руководитель допускает ее к защите, о чем делается пометка на титульном листе.

Проверенная курсовая работа возвращается студенту с рецензией. Не отвечающую требованиям курсовую работу отправляют на доработку.

Защита курсовой работы проводится в форме публичной защиты перед комиссией, при непосредственном участии руководителя. В ходе защиты студент должен ответить на заданные членами комиссии вопросы, после чего ставится окончательная оценка, которая вносится в ведомость и зачетную книжку. Работа оценивается по четырехбалльной системе.

Критерии оценок

«Отлично» выставляется за курсовую работу, которая имеет исследовательский характер, грамотно изложенную теоретическую часть, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями. При её защите студент показывает глубокие знания вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, вносит обоснованные предложения по улучшению структуры и порядка работы объекта наблюдения, свободно оперирует экономическими категориями. Оформление соответствует всем требованиям. Библиографический список литературы, наряду с учебной, содержит периодическую литературу, представлены современные издания за последние 2 года.

«Хорошо» выставляется за работу, которая имеет исследовательский характер, грамотно изложенную теоретическую часть, последовательное изложение материала с соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованными предложениями. При её защите студент показывает знания вопросов темы, оперирует данными исследования, вносит предложения по улучшению структуры и порядка работы объекта наблюдения, без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы. Имеются отдельные недочеты в оформлении текста работы. Библиография оформлена верно, наряду с учебной, содержит нормативную, периодическую литературу, в списке отсутствуют современные источники.

«Удовлетворительно» выставляется за работу, которая имеет исследовательский характер, базируется на практическом материале, но анализ выполнен поверхностно, в ней просматривается непоследовательность изложения материала. Представлены необоснованные предложения. При её защите студент проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов темы, не дает полного аргументированного ответа на заданные вопросы. В оформлении работы присутствуют ошибки. Список литературы оформлен верно, но содержит в основном учебную литературу.

«Неудовлетворительно» (курсовая работа отправлена на доработку) выставляется за работу, которая не отвечает требованиям, изложенным в методических рекомендациях кафедры. В работе отсутствует аналитическая часть работы; работа либо выполнена студентом не самостоятельно, либо на кафедре имеется идентичная курсовая работа. Оформление работы не соответствует большинству требований предъявляемых к ней.

Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность: учеб. пособие / С.Н. Виноградова. – Минск: Высш. шк., 2003. – 293 с.
2. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли: учебник для вузов. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К°, 2006. – 699 с.
3. Джонс Г. Торговый бизнес: как организовать и управлять. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 345 с.
4. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для вузов. – 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К°, 2006. – 503 с.
5. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 268 с.

Нормативные документы

6. Гражданский кодекс Российской Федерации. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2006. – 547 с.
7. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г.
8. Закон РФ «О защите конкуренции» от 26 июля 2006 г.
9. Правила продажи отдельных видов товаров: утверждены постановлением Правительства РФ от 19 января 1998 г. № 55 (ред. от 23.05.2006).
10. ГОСТ Р 51304-99. Услуги розничной торговли. Общие требования.
11. ГОСТ Р 51205-99. Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу.
12. ГОСТ Р 51773-2001. Розничная торговля. Классификация предприятий.

Дополнительная литература

13. Абчук В.А. Коммерция: учебник / В.А. Абчук. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2003. – 345 с.

14. Александров Ю.Л. Основы экономики рынка потребительских товаров: учеб. пособие для вузов. – Красноярск: Красноярский гос. ун-т, 1999. – 155 с.
15. Александров Ю.Л. Терещенко Н.Н. Исследование рынка потребительских товаров: методологические основы, практика использования: монография. – Красноярск: Красноярский гос. ун-т, 2000. – 320 с.
16. Альбеков А.У., Согомоян С.А. Экономика коммерческого предприятия / А.У. Альбеков, С.А. Согомоян. – Ростов-на-Дону:
17. Беляевский И.К., Статистика рынка товаров и услуг: учебник / И.К. Беляевский, Г.Д. Кулагина, А.В. Коротков и др.; под ред. И.К. Беляевского. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 432 с.
18. Бузукова, Е.А. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы. – СПб.: Питер, 2007. – 176 с.
19. Гончаров В.Д. Маркетинг продовольственных товаров в России. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 176 с.
20. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В. Организация и правовое обеспечение бизнеса в России. – М.: Дашков и К°, 2004. – 1047 с.
21. Егоров В.Ф. Организация торговли: учебник для вузов / В.Ф. Егоров. – СПб.: Питер, 2004. – 344 с.
22. Зотов, В.В. Ассортиментная политика фирмы: учебно-практич. пособие. – М.: Эксмо, 2006. – 240 с.
23. Ибрагимов В.А. Инфраструктура товарного рынка. – М.: Инфра, 1999. – 278 с.
24. Ильенкова С.А. Спрос: анализ и управление. – М.: Экос, 1990. – 214 с.
25. Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм): учебник / под ред. О.А. Новикова, В.В. Щербакова. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – 314 с.
26. Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке / под ред. А.В. Зарянова. – Екатеринбург: РИФ «Солярис», 2002. – 345 с.
27. Крепкий Л.М. Организация коммерческого успеха. Советы специалиста / Л.М. Крепкий. – М.: Экономика, 2003. – 214 с.

28. Лесохин В.В. Информационные технологии в коммерческой деятельности: учеб. пособие / В.В. Лесохин. – М.: Изд-во МГУП «Мир книги», 1997. – 218 с.

29. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. – 2-е изд., доп. и испр. – М.: Юрайт-М, 2001. – 224 с.

30. Манько Т.А. Коммерция: учеб. пособие для вузов. – М.: Маркетинг, 2003. – 278 с.

31. Николаева М.А. Маркетинг товаров и услуг: учебник. – М.: Издательский дом «Деловая литература», 2001. – 448 с.

32. Николаева Н.И. Менеджмент в торговле: учеб. пособие / Т.И. Николаева. – М.: КНОРУС, 2006. – 320 с.

33. Новоселов А.С. Региональный потребительский рынок. Проблемы теории и практики / отв. ред. В.В. Кулешов. – Новосибирск: Сибирское соглашение. 2002. – 364 с.

34. Новоселова Н.А. Учет и контроль в розничном магазине. – СПб.: Питер, 2007. – 192 с.

35. Общая теория статистики: Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности: учебник для вузов / под ред. О.Э. Башиной, А.А. Спирина. – 5-е изд., доп. и перераб. – М.: Финансы и статистика, 2006/2007. – 440 с.

36. Осипова Л. В. Коммерческая деятельность на промышленном предприятии: учебник для вузов / Л.В. Осипова. – 3-е изд., доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005 – 254 с.

37. Пигунова О.В., Аниськова О.Г. Стратегия коммерческой деятельности предприятия розничной торговли. – М.: Маркетинг, 2002. – 220 с.

38. Плоткин Б.К. Информационное обслуживание коммерческой деятельности: учеб. пособие / Б.К. Плоткин. – СПб.: Изд-во СПб ГУЭФ, 2002. – 136 с.

39. Раицкий К.А. Экономика предприятия: учебник для вузов / К.А. Раицкий. – М.: Экономика, 2004. – 472 с.

40. Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление: учеб. пособие / авт. кол. под ред. А.А. Есютина, Е.В. Карповой. – М.: КНОРУС, 2007. – 424 с.

41. Снегирева В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям. – СПб.: Питер, 2005.– 416 с.

42. Сысоева С.В., Бузукова Е.А. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице. – СПб.: Питер, 2008. – 336 с.
43. Сысоева С.В. Стандарт розничного магазина. Разработка инструкций и регламентов. – СПб.: Питер, 2007. – 176 с.
44. Справочник предпринимателя: розничная торговля, оптовая торговля, грузовой транспорт, общественное питание и гостиничное хозяйство. – М.: Наука, 1999.
45. Таловский А.И. Рынок потребительских товаров региона: состояние и перспективы условия глобализации / А.И. Таловский. – Томск, 2005. – 179 с.
46. Торговое дело / под. ред. А.Н. Шихова. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 123 с.
47. Хлебович Д.И. Сфера услуг: маркетинг: учеб. пособие / под ред. Т.Д. Бурменко. – М.: Кнорус, 2007. – 240 с.
48. Черкасов Г.И. Рынок: регулирование рынка: учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 222 с.
49. Щур, Д. Л. Основы торговли: оптовая торговля / Д.Л. Щур. – М.: ДИС, 1999. – 321 с.
50. Щур, Д.Л. Основы торговли: розничная торговля / Д.Л. Щур, Л.В. Труханович. – М.: ДИС, 1999. – 420 с.
51. Экономика торгового предприятия: торговое дело: учебник для вузов / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, Б.Л. Межиров и др; под. ред. Л.А. Брагина. – М.: Инфра-М, 2006. – 313 с.
52. Экономический анализ в торговле: учеб. пособие для вузов / под ред. М.И. Баканова. – М.: Финансы и статистика. 2004. – 397с.

Периодические издания

Журналы: Пищевая промышленность, Известия вузов, Пищевая технология, Новости торговли, Спрос, Маркетинг в России и за рубежом, Современная торговля, Кожевенно-обувная промышленность, Текстильная промышленность, Швейная промышленность, Конъюнктура товарных рынков, Русский ювелир, Эксперт.

Интернет-сайты

Сайт национальной торговой ассоциации. Режим доступа
<http://www.nta-rus.com>

Сайт retail ru. Режим доступа: <http://www.retail.ru>

Сайт Retailer1 ru. Режим доступа: <http://www.Retailretailer.ru>

Сайт Госкомстата Российской Федерации [электронный ресурс]. <http://www.gks.ru>

Сайт сети магазинов «Пятерочка». Режим доступа: <http://www.e5.ru>

Сайт сети магазинов «Лента». Режим доступа: <http://www.lenta.com>

Форма титульного листа курсовой работы

**СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

Кафедра коммерции

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Коммерческая деятельность на рынке товаров»

на тему: _____

Студента (ки) _____ курса

ФИО

группа, шифр

Руководитель _____

должность, ученое звание, ученая степень

ФИО

Оценка после защиты

Состав комиссии:

подпись

ФИО

подпись

ФИО

подпись

ФИО

Дата защиты _____

Новосибирск 200_

Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Коммерческая деятельность на рынке товаров»

1. Развитие КД организаций (предприятий) торговли на товарных рынках (продовольственном, непродовольственном, конкретной группы (вида) товара).
2. Анализ состояния и прогноз развития товарного рынка как необходимое условие эффективной КД торговой организации (предприятия).
3. Исследование конъюнктуры потребительского рынка и ее влияние на КД организации торговли (на примере конкретной товарной группы).
4. Состояние и перспективы развития рынка конкретного товара.
5. Информационное обеспечение комплексного исследования рынка ... товаров в организации торговли.
6. Организация закупочной деятельности ... товаров в торговой организации (предприятия) на основе запросов потребительского рынка.
7. Исследование рынков закупок и сбыт ... товаров в оптовой торговле.
8. Управление ассортиментом товаров в организации (предприятии) торговли (на примере конкретной товарной группы).
9. Оптимизация работы с ассортиментом в розничной торговой организации (на примере конкретной товарной группы).
10. Организация товародвижения товаров в розничной торговой организации и пути ее улучшения (на примере конкретной товарной группы).
11. Оценка конкурентоспособности торговой организации (предприятия) на рынке ... товаров.
12. Анализ коммерческой деятельности розничной (оптовой) торговой организации (предприятия) на рынке ... товаров.
13. Оценка эффективности коммерческой деятельности организации торговли (оптовой, розничной) на рынке ... товаров.
14. Исследование деятельности организации (предприятия) по оказанию ... услуг (на примере однородной группы услуг).
15. Культура обслуживания покупателей в розничной торговле ... товарами.

Приложение 3

Примерное содержание курсовых работ

Тема: Исследование конъюнктуры потребительского рынка и ее влияние на коммерческую деятельность организации торговли (на примере рынка конкретной товарной группы)

Введение

1. Теоретические аспекты исследования конъюнктуры рынка
 - 1.1. Понятие и сущность конъюнктуры рынка
 - 1.2. Задачи исследования конъюнктуры рынка
 - 1.3. Система показателей конъюнктуры рынка
 - 1.4. Источники конъюнктурной информации
2. Конъюнктурная оценка рынка ... товаров
 - 2.1. Характеристика товарного предложения
 - 2.2. Оценка покупательского спроса на ... товары
 - 2.3. Анализ цен на ... товары
3. Тенденции развития конъюнктуры рынка ... товаров

Заключение

Библиографический список

Тема: Управление ассортиментом ... товаров в розничной торговой организации (предприятии)

Введение

1. Теоретические аспекты управления ассортиментом товаров в торговой организации
 - 1.1. Сущность и значение управления ассортиментом потребительских товаров
 - 1.2. Планирование закупок: анализ спроса, выбор товаров и поставщиков, определение оптимального объема закупок
 - 1.3. Особенности формирования, обеспечения и обновления ассортимента ... товаров в торговой организации
2. Анализ результатов управления ассортиментом ... товаров в розничной торговой организации
 - 2.1. Организационно-экономическая характеристика торговой организации

- 2.2. Анализ и оценка ассортимента ... товаров в торговой организации
 - 2.3. Анализ товарных запасов ... товаров в торговой организации
 - 3. Рационализация существующего ассортимента ... товаров в торговой организации
- Заключение
Библиографический список

**Тема: Оптимизация работы с ассортиментом
в розничной торговой организации
(на примере конкретной группы товаров)**

Введение

- 1. Сущность управления ассортиментом торговой организации
 - 1.1. Стратегия и тактика управления ассортиментом в торговой организации
 - 1.2. Характеристика современных методов анализа ассортимента
 - 1.3. Особенности формирования и рационализации ассортимента ... товаров в розничной торговой организации (на основе ассортиментной матрицы)
- 2. Работа с ассортиментом ... товаров в розничной торговой организации
 - 2.1. Организационно-экономическая характеристика торговой организации
 - 2.2. Анализ ассортимента и структуры продаж ... товаров в ...
 - 2.3. Анализ прибыльности ассортимента ... товаров в
- 3. Оптимизация ассортимента ... товаров в ...

Заключение

Библиографический список

**Тема: Оценка конкурентоспособности
торговой организации (предприятия) на рынке ... товаров**

Введение

- 1. Конкурентоспособность торговой организации в современных экономических условиях
 - 1.1. Факторы и критерии конкурентоспособности услуг торговли

- 1.2. Методология оценки конкурентоспособности услуг розничной торговли
 - 1.3. Формирование конкурентного преимущества торговой организации
 2. Оценка конкурентоспособности торговой организации (предприятия)
 - 2.1. Организационно-экономическая характеристика торговой организации
 - 2.2. Оценка конкурентоспособности товаров, реализуемых торговой организацией
 - 2.3. Оценка конкурентоспособности услуг торговой организации
 3. Обеспечение конкурентоспособности торговой организации
- Заключение
- Библиографический список

**Тема: Анализ коммерческой деятельности
розничной (оптовой) торговой организации (предприятия)
на рынке ... товаров**

Введение

1. Коммерческая деятельность розничной (оптовой) торговой организации (предприятия) на рынке ... товаров
 - 1.1. Современное состояние рынка ... товаров и его региональные особенности
 - 1.2. Особенности организации коммерческой деятельности ... товарами в розничной (оптовой) торговле
 2. Анализ коммерческой деятельности торговой организации (предприятия)
 - 2.1. Организационно-экономическая характеристика торговой организации
 - 2.2. Организация снабжения ... товарами торговой организации
 - 2.3. Анализ и оценка ассортимента ... товаров в торговой организации
 - 2.4. Организация процесса продажи ... товаров в торговой организации
 3. Направления совершенствования коммерческой деятельности торговой организации на рынке ... товаров
- Заключение

**Тема: Оценка эффективности коммерческой деятельности
организации торговли (оптовой, розничной)
на рынке ... товаров**

Введение

1. Коммерческая деятельность торговой (розничной, оптовой) организации (предприятия) в условиях рынка
 - 1.1. Организация коммерческой деятельности в торговой организации (предприятии)
 - 1.2. Система показателей оценки эффективности коммерческой деятельности организаций (предприятий) торговли
2. Анализ эффективности коммерческой деятельности торговой организации (предприятия).
 - 2.1. Организационно-техническая характеристика торговой организации
 - 2.2. Анализ показателей, характеризующих эффективность ассортиментной политики организации и обеспеченности товарами
 - 2.3. Оценка деятельности организации по формированию и стимулированию спроса
 - 2.4. Анализ показателей экономической эффективности коммерческой деятельности организации
3. Пути повышения эффективности коммерческой деятельности торговой организации

Заключение

Библиографический список

**Тема: Исследование деятельности организации (предприятия)
по оказанию ... услуг
(на примере однородной группы услуг)**

Введение

1. Теоретические основы коммерческой деятельности в сфере услуг
 - 1.1. Понятие и сущность услуг

- 1.2. Особенности коммерческой деятельности в сфере услуг
- 1.3. Обзор рынка ... услуг

2. Анализ коммерческой деятельности организации (предприятия) на рынке ... услуг
 - 2.1. Организационно-экономическая характеристика организации (предприятия)
 - 2.2. Формирование ассортимента услуг и цен на услуги в организации (предприятии)
 - 2.3. Технология обслуживания клиентов по оказанию услуг
 3. Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности организации на рынке ... услуг
- Заключение
Библиографический список

**Тема: Культура обслуживания покупателей
в розничной торговле ... товарами
(на примере конкретной организации)**

Введение

1. Значение торгового обслуживания на современном этапе
 - 1.1. Сущность розничной торговли и торгового обслуживания населения
 - 1.2. Современные подходы к организации торгового обслуживания населения
 - 1.3. Характеристика торговых услуг и их значение в качестве торгового обслуживания
 2. Анализ торгового обслуживания в (торговой организации)
 - 2.1. Организационно-экономическая характеристика
 - 2.2. Характеристика торгового обслуживания покупателей в
 -
 - 2.3. Оценка уровня торгового обслуживания покупателей в
 3. Пути совершенствования торгового обслуживания покупателей в ...
- Заключение
Библиографический список

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	3
2. Структура и содержание курсовой работы	4
3. Основные этапы выполнения курсовой работы	8
4. Требования к оформлению курсовой работы	11
5. Рецензирование и защита курсовой работы	18
Список рекомендуемой литературы	20
Приложения	25

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ

Методические указания
к выполнению курсовой работы

Редактор О. П. Мукина

Компьютерная верстка Т. М. Постниковой

Лицензия ИД № 01102 от 01.03.2000

Подписано в печать 28.08.2008. Формат 60×84/16. Бумага офсетная.
Тираж 200 экз. Печ. л. 2,25. Уч.-изд. л. 2,09. Изд. № 91. Заказ № 532.

Типография Сибирского университета потребительской кооперации.
630087, Новосибирск, пр. К. Маркса, 26.