|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

по выполнению курсовой работы

по ПМ 01. Организация торгово-сбытовой деятельности

МДК 01.01**Организация коммерческой деятельности**

*для студентов обучающихся по специальности*

*38.02.05 (100701) « Коммерция (по отраслям)»*

Ижевск, 2015

***Содержание***

|  |  |
| --- | --- |
| * 1. Пояснительная записка
 | **4** |
| * 1. Требования к структуре и содержанию курсовой работы
 | **8** |
| * 1. Требования к оформлению курсовой работы

3.1.Общие требования к оформлению курсовой работы3.2.Представление табличного материала3.3.Представление формул3.4.Представление иллюстрированного материала3.5.Оформление приложений3.6.Оформление ссылок в тексте курсовой работы3.7.Оформление списка использованной литературы | **10****11****12****12****13****13****13** |
| * 1. Защита курсовой работы
 | **14** |
| * 1. Список источников информации рекомендуемых для выполнения курсовой работы
 | **15** |
| * 1. Структура отзыва на курсовую работу
 | **17** |
| * 1. Приложения
 | **21** |
|  |  |
|  |  |

***Пояснительная записка***

Курсовая работа является одним из основных видов учебных занятий и формой контроля учебной работы студентов. Представляет собой вид учебной научно-исследовательской деятельности, проводимый студентом самостоятельно под руководством преподавателя по определенным темам (ПРИЛОЖЕНИЕ1), предлагаемым преподавателями соответствующих междисциплинарному курсу профессионального модуля.

Выполнение студентом курсовой работы (проекта) осуществляется на заключительном этапе изучения междисциплинарного курса профессионального модуля, входе которого осуществляется обучение применению полученных общих и профессиональных компетенций, связанных со сферой профессиональной деятельности будущих специалистов.

*Цель выполнения курсовой работы:*

* Систематизация, закрепление и расширение полученных теоретических и практических знаний по междисциплинарному курсу 01.01. «Организация коммерческой деяткльности» и их применение при решении конкретных научных, производственных, экономических и социальных задач;
* Применения полученных знаний, умений и практического опыта при решении комплексных задач, в соответствии с основными видами профессиональной деятельности по специальности;
* Углубления теоретических знаний в соответствии с заданной темой;
* Формирования умений применять теоретические знания при решении поставленных вопросов;
* Формирования умений использовать справочную, нормативную и правовую документацию;
* Развития творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;

Руководитель курсовой работы:

* консультирует по вопросам содержания и последовательности выполнения курсовой работы (проекта);
* оказывает помощь студенту в подборе необходимой литературы;
* контролирует ход выполнения курсовой работы (проекта);
* подготавливает письменный отзыв на курсовую работу (проект).
* по завершении курсовой работы (проекта) проверяет качество работы и ее соответствие объему, указанному в задании.

Выполнение курсовых работ направлено на формирование:

* Общих компетенций:

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 5.Использовать информационно-коммуникационныетехнологии в профессиональной деятельности.

ОК 6.Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7.Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8.Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9.Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10.Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

* Профессиональных компетенций:
* ПК 1.1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.
* 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.

**уметь:**

У1. устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение;

У2. управлять товарными запасами и потоками;

У3. обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству;

У4. оказывать услуги розничной торговли с соблюдением Правил торговли, действующего законодательства, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли;

У5. устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли;

**знать:**

З1. составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности;

З2. государственное регулирование коммерческой деятельности;

З3. инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции;

З4. организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию;

З5. услуги оптовой и розничной торговли: основные и дополнительные; правила торговли;

Объектами исследования при написании курсовой работы могут быть предприятия торговли, коммерческие организации в городе Ижевск, связанные с программой производственной (профессиональной) практики студента.

***Требования к структуре и содержанию курсовой работы***

Курсовая работа носит практический характер и должна включать:

1. Титульный лист,
2. Список сокращений,
3. Содержание,
4. Введение,
5. Основную часть,
6. Заключение,
7. Список использованной литературы,
8. Приложения.

Титульный лист (содержит следующие реквизиты: название учебного заведения; тему работы; фамилию, имя, отчество автора; курс, специальность; фамилию, инициалы руководителя курсовой работы (проекта); преподаваемую дисциплину, междисциплинарный курс профессионального модуля; место и год выполнения работы); Образец титульного листа приведен в приложении 2.

Список сокращений (оформляется в алфавитном порядке);

Лист «Содержание» должен отражать наименование всех имеющихся в работе глав, параграфов с указанием номеров страниц, с которых начинаются выделяемые структурные части работы.

Во введении (объем 1,5-2 страницы) должна быть показана актуальность выбранной темы, определены объект исследования – предприятие, организаций, учреждение, цель и задачи курсовой работы.

В основной части работы выделяются три главы.

В первой, рассматриваются основные теоретические положения по выбранной теме, возможно обобщение зарубежного и отечественного опыта, решение выбранной проблемы, приводится мнение ученых и специалистов по данному вопросу, освещается законодательная и нормативная база, излагается собственная аргументированная позиция автора курсовой работы по рассматриваемым вопросам.

Вовторой главе дается краткая характеристика предприятия: история создания и развития рассматриваемого объекта, юридическое наименование предприятия, основные виды деятельности, формат магазина, метод продажи товаров, организационно-правовая форма предприятия, цели и задачи деятельности, миссия предприятия, система управления с указанием структурных подразделений, их целей и задач, анализ месторасположения предприятия и зоны обслуживания, анализ конкурентов, анализ потребителей, анализ ассортимента, торгово-технологический процесс на предприятии, сервисная политика предприятия, кадровая политика предприятия, организация и оплата труда, форма и система оплаты труда, социальные гарантии работников. Характеристика того подразделения, на практических материалах которого будут рассмотрены основные вопросы по теме курсовой работы.

В третьей части, может быть представлена методика, расчета, анализ экспериментальных данных, продукт творческой деятельности в соответствии с видами профессиональной деятельности.

В заключении должны быть сформулированы основные выводы и предложения коммерческого характера, характеризующие итоги курсовой работы обучающегося по решению поставленных задач (оценка общего состояния рассматриваемого объекта, итоги анализа его функционирования, перечень и краткая характеристика предлагаемых мероприятий по устранению выявленных недостатков, рекомендации по улучшению рассматриваемого показателя (процесса)).

В приложение включаются дополнительные материалы, на которые имеются ссылки по тексту работы и которые имеют объем более 1 страницы (таблицы, диаграммы, формы документации, графические материалы, распечатки результатов и т. п.).

В списке используемой литературы, в соответствии с требованиями по его оформлению, приводится основная литература, использованная при написании курсовой работы. Перечень наименований должен содержать не менее 10 источников.

В приложения к курсовой работе целесообразно включать применяемые на предприятии (в организации, учреждении) формы документов, табличные материалы объемом более одной страницы, диаграммы и другие иллюстративные материалы.
Объем курсовой работы должен быть не менее 15-20 страниц печатного текста или 20-25 страниц рукописного текста.

***Требования к оформлению курсовой работы***

Оформление курсовой работы является одним из важных этапов ее написания, неправильное или небрежное оформление приводит к снижению оценки.

Текст курсовой работы должен быть отпечатан на компьютере на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата **А4** через **полтора межстрочных интервала** с использованием шрифта TimesNewRoman**№ 14.** Поля:

* Левое – 30 мм;
* Правое – 10 мм;
* Верхнее – 15 мм;
* Нижнее – 20 мм.

При таких полях каждая страница должна содержать приблизительно 1800 знаков (30 строк по 60 знаков в строке, считая каждый знак препинания и пробел между словами также за печатный знак).

Титульный лист является первым листом курсовой работы и заполняется по форме, приведенной в приложении 2.

Начиная с титульного листа, все страницы курсовой работы с приложениями включаются в общую нумерацию работы, но на титульном листе и листах содержания номер страницы не проставляется. На последующих страницах номер проставляется в правом нижнем углу.

Текст основной части работы делят на главы и параграфы. Заголовки параграфов печатаются прописными буквами без подчеркивания. Заголовки параграфов печатаются с абзаца (пять символов – 10 мм) строчными буквами (кроме первой прописной). Переносы слов не допускаются. Точку в конце заголовка не ставят. Расстояние между заголовком и текстом должно быть 3 интервала.

Каждую главу следует начинать с новой страницы.

Главы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всей работы и обозначаться арабскими цифрами с точкой на конце.

Параграфы нумеруются арабскими цифрами в пределах каждой главы. Номер параграфа состоит из номера главы и параграфа, разделенных точкой. В конце номера параграфа должна быть точка, например, 2.3. (третий параграф второй главы).

***Представление табличного материала***

Приведенные в курсовой работе таблицы должны являться результатом обработки и анализа цифровых показателей. Как правило, после таких таблиц делается обобщение (текстовый вывод), которое вводится в текст словами: «данные таблицы позволяют сделать вывод, что…», «проанализировав данные представленные в таблицы видно, что….» и т.п.

Все таблицы нумеруются арабскими цифрами в пределах всей работы. Слово «таблица» с порядковым номером (при этом знак № не ставится) пишется в правом верхнем углу над самой таблицей, а название таблицы располагают за словом и номером таблицы. Название таблицы пишут прописными буквами, выделяя курсивом без точки в конце.

*Таблица 5.*

*Анализ внутренней среды организации*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |

***Представление формул***

Формулы нумеруются цифрами в пределах всей работы. В круглых скобках в крайнем правом положении на строке. Пояснения значений символов и цифровых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Значение каждого символа и цифрового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где» без двоеточия. Ссылки на формулы указывают порядковым номером формулы в скобках, например, «… в формуле (2)». Если в работе только одна формула, ее не нумеруют.

***Представление иллюстрированного материала***

Все иллюстрации (схемы, графики, чертежи) в работе должны быть пронумерованы арабскими цифрами в пределах всей работы.

Каждая иллюстрация снабжается подрисуночной подписью состоящей из трех элементов:

* Наименование, обозначаемого сокращенным словом «Рис.»;
* Порядкового номера иллюстрации, который указывается без знака № арабскими цифрами;
* Тематического заголовка иллюстрации.

Наименование, номер и заголовок иллюстрации выводится курсивом.

Пример:

*Рис. 12. Структура организационно-правовой формы предприятия.*

Иллюстрацию нужно выполнять на одной странице. Ссылки на иллюстрацию в тексте помещают либо в виде заключенного в круглые скобки выражения «(рис. 12)», либо в виде оборота типа: …. Как это видно на рис. 12.

***Оформление приложений***

Приложения оформляют как продолжение работы. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы и иметь содержательный заголовок, напечатанный прописными буквами. В правом верхнем углу над заголовком прописными буквами должно быть напечатано слово «ПРИЛОЖЕНИЕ» если в работе более чем одно приложение, их нумеруют последовательно арабскими цифрами.

***Оформление ссылок в тексте курсовой работы***

Ссылки в тексте на источники допускается приводить в подстрочном примечании. Оформление ссылок с подстрочном примечании на страницах курсовой работы осуществляется в соответствии с требованиями оформления списка использованной литературы. Отличительная особенность оформления ссылки – указание не всего объема первоисточников, как в списке использованной литературы, а только страницы, на которой помещена цитата, используемая по тексту работы.

Пример оформления ссылки:

1. Управление персоналом. Учебник. Кибанов А.Я. – М.:КНОРУС,2010, с.11
2. «………(текст цитаты)………» [2, с. 58]

***Оформление списка использованной литературы***

Сведения о книгах (учебники, справочники, монографии и т.п.) должны включать:

* Фамилию и инициалы автора (авторов);
* Название книги;
* Город;
* Издательство;
* Год издания;
* Количество страниц.

При наличии трех и более авторов допускается указывать фамилию и инициалы только первого из них и слова «и др.». Наименование места издания необходимо приводить полностью в именительном падеже, допускается сокращение названия только двух городов – Москва (М) и Санкт-Петербург (СПб).

Пример:

1. А.Я. Кибанов. Управление персоналом. – М.:КНОРУС,2010.-208с.
2. В.Р. Веснин. Основы менеджмента.- М.:Проспект, 2009.-320с.

***Защита курсовой работы***

К защите необходимо подготовить тезисы курсовой работы, при этом учесть, что время защиты не должно превышать 10 минут. Выступление студента по защите курсовой работы должно быть подготовлено заранее, с учетом параметров публичного выступления (тембр голоса, речевая грамотность, расположение содержательного материала, корректность изложения и др.).

Защита курсовых работ должна сопровождаться компьютерной презентацией, составленной заранее по содержанию текста основной части курсовой работы.

**Список источников информации рекомендуемых для выполнения курсовой работы**

**Основные источники:**

1. 26. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли: учебник для студентов высших учебных заведений -М.:Издательская торговая корпорация "Дашков и Ко", 2010-696с..
2. 27. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: учебник для студентов высших и средних специальных учебных заведений-М.:2006-327с..

**Дополнительные источники:**

1. 28. Виноградова С.Н., Пигунова О.В. Коммерческая деятельность: учебник для студентов высших учебных заведений - Минск: высшая школа, 2008 - 351с.
2. 29. Герасимов Б.И., Денисова А.Л., Молоткова Н.В., Уляхин Т.М. Основы коммерческой деятельности: учебное пособие для преподавателей и студентов учебных заведений - М. "Форум", 2010 - 272с..
3. 30.Каплина С.А. Организация коммерчесой деятельности для студентов средних специальных заведений- Ростов-на-Дону :Феникс ,2002- 415с..
4. 31. Кузьмина Е.В., Семин О.А. и др. Организация предпринимательской деятельности в розничной торговле: учебное пособие для студентов высших учебных заведений - Ростов-на-Дону :Феникс, 2007 431с..
5. 32. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности для студентов высших учебных заведений. М. Юнити 2000-622 с..
6. 33. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность для студентов высших и средних специальных учебных заведений - М.Маркетинг 1998-322с..
7. 34. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: для студентов высших учебных заведений/ под.ред.Брагина Л.А.М. ИНФА М, 2001 -558с..
8. Данные учебники не переиздавались.

**Интернет-ресурсы и справочно-правовые системы:**

1. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» http:// [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru/)/

**ОТЗЫВ**

**на курсовую работу**

**студента \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
тема\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *№* | *Показатели*  | бал-лы |  Макс. кол-во баллов |
|  | ***Оценка работы по формальным критериям и содержанию*** |  | 75 |
| 1. | Соблюдение сроков сдачи работы по этапам написания. |  | 3 |
| 2. | Внешний вид работы и правильность ее оформления. |  | 3 |
| 3. | Соответствие содержания разделов их названию. |  | 3 |
| 4. | Соответствие объема курсовой работы заявленным требованиям.  |  | 2 |
| 5. | Наличие правильно оформленного плана, в том числе:* наличие внутренней рубрикации разделов и подразделов;
* указание страниц в плане работы и их нумерация в тексте;
* использование возможностей информационных технологий при создании оглавления.
 |  | 3 |
| 6. | Правильность оформления списка использованных источников. |  | 3 |
| 7. | Знание новой литературы. |  | 5 |
| 8. | Наглядность и качество иллюстрированного материала, в том числе, использование возможностей информационных технологий при создании иллюстраций. |  | 8 |
| 9 | Актуальность и значение темы для практического применения |  | 8 |
| 10. | Анализ характеристики объекта исследования* Применение знаний дисциплины
* Логическая структура изложения
 |  | 12 |
| 11. | Уровень разработанности проблемы в теоретических и практических частях* Соответствие содержания работы заявленной теме
* Самостоятельность и творческое отношение автора к разработанной теме
* Полнота отражения в работе основных вопросов
* Изложение собственной аргументированной позиции
 |  | 12 |
| 12. | Практикоориентированность предложенных идей* Правильность выполнения расчетов
* Наличие выводов и рекомендаций о возможности применения полученных результатов
* Ясность, точность, последовательность и обоснованность изложения
 |  | 13 |
|  | ***Оценка работы по результатам защиты*** |  | 25 |
| 1. | соблюдение регламента выступлений (7 мин.); |  | 4 |
| 2. | изложение целей, задач, методов исследования, результатов исследования и выводов;  |  | 8 |
| 3. | использование в ходе выступления схем, таблиц, графиков, видео и мультимедийных презентаций. |  | 5 |
| 4. | Наглядность и качество иллюстрированного материала, в том числе, использование возможностей информационных технологий при создании иллюстраций |  | 8 |
|  | ИТОГО: |  | 100 |

Вопросы, заданные автору курсовой работы во время защиты:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Окончательная оценка за курсовую работу после защиты** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 « \_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201\_ г.

Руководитель:

А.В. Кузьмина

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ:

100-90 баллов - «ОТЛИЧНО»

89-80 баллов - «ХОРОШО»

79-70 баллов – «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»

Менее 69 балов - «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»

Примечание: *Студентам, получившим оценку «неудовлетворительно» по курсовой работе (проекту), предоставляется право выбора новой темы курсовой работы (проекта) или, по решению преподавателя, доработать прежнюю тему и определяется новый срок для ее выполнения*.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

**Перечень рекомендуемых тем курсовых работ:**

**Тема 1.Товароснабжение розничной торговой сетина примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1.1. Введение. Актуальность выбранной темы.

1.2. Понятие и сущность товароснабжения. Основные требования к товароснабжению.

1.3. Организация и технология товароснабжения.

1.4. Роль транспорта в торговле и характеристика основных транспортных средств.

1.5. Организация перевозок товаров автомобильным транспортом.

1.6. Организация и технология завоза товаров в розничные торговые предприятия.

1. Характеристика торгового предприятия. Организация товароснабжения розничного торгового предприятия (описательная часть курсовой работы).
2. Конъюнктура товарного рынка (исследовательская часть работы)
3. Выводы и предложения.

**Тема 2.Формы и методы продажи товаров в современных супермаркетахна примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1. 1. Введение. Актуальность выбранной темы.

1.2. Формы и методы продажи товаров в розничной торговле, их особенность и эффективность использования.

1.3. Технологии продажи товаров в розничной торговле.

1.4. Факторы и мероприятия, стимулирующие продажу товаров в супермаркете.

2. Характеристика торгового предприятия. Особенности продажи товаров в розничном торговом предприятии (описательная часть курсовой работы).

1. Конъюнктура товарного рынка (исследовательская часть работы)
2. Выводы и предложения.

**Тема 3. Анализ покупательского поведения потребителейна примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1.1. Введение. Актуальность выбранной темы.

1.2. Потребительский рынок и поведение на нем покупателей.

1.3. Мотивация и модели покупательского поведения.

1.4. Процесс принятия решения о покупке.

2. Характеристика торгового предприятия (описательная часть курсовой работы).

1. Конъюнктура товарного рынка. Определение портрета потребителя розничного торгового предприятия (исследовательская часть работы).
2. Выводы и предложения.

**Тема 4.Брендинг как современная перспективная технология по созданию предпочтения к товару на примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1.1. Введение. Актуальность выбранной темы.

1.2. Сегментирование рынка товаров, сущность, способы.

1.3. Выбор целевого рынка.

1.4. Позиционирование на рынке.

1.5. Брендинг – современная перспективная технология по созданию долгосрочных предпочтений потребителей.

2. Характеристика торгового предприятия. Описание сегмента потребителей розничного торгового предприятия (описательная часть курсовой работы).

3. Конъюнктура товарного рынка. Оценка удовлетворенности покупателя торговой маркой (исследовательская часть работы).

4. Выводы и предложения.

**Тема 5. Инфраструктура продажи товаров в современном гипермаркете на примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1.1. Введение. Актуальность выбранной темы.

1.2. Значение продажи товаров, как элемента коммерческой деятельности магазина. Технология продажи.

1.3. Формы продажи товаров, их особенность, эффективность использования.

1.4. Факторы, мероприятия, стимулирующие продажу товаров в торговых предприятиях.

2. Характеристика торгового предприятия. Технология продажи товаров в розничном торговом предприятии (описательная часть курсовой работы).

1. Конъюнктура товарного рынка (исследовательская часть работы)
2. Выводы и предложения.

**Тема 6. Информационное обеспечение коммерческой деятельности – основа эффективного бизнесана примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1.1. Введение. Актуальность выбранной темы.

1.2. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

1.3. Рынок маркетинговой информации.

1.4. Информационная политика коммерческого предприятия.

2. Характеристика торгового предприятия. Информационное обеспечение деятельности розничного торгового предприятия (описательная часть курсовой работы).

1. Конъюнктура товарного рынка. Анализ источников информации о розничном торговом предприятии (исследовательская часть работы)
2. Выводы и предложения.

**Тема 7. Стратегия обслуживания покупателей в современном супермаркете на примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1.1. Введение. Актуальность выбранной темы.

1.2. Значение продажи товаров, как элемента коммерческой деятельности магазина. Технология продажи.

1.3. Формы продажи товаров, их особенность, эффективность использования.

1.4. Факторы, мероприятия, стимулирующие продажу товаров в торговых предприятиях.

1.5. Мотивация и модель поведения потребителя.

2. Характеристика торгового предприятия. Организация обслуживания покупателей в розничном торговом предприятии (описательная часть курсовой работы).

3. Конъюнктура товарного рынка. Анализ и оптимизация точек соприкосновения при обслуживании покупателей в супермаркете (исследовательская часть работы)

4. Выводы и предложения.

**Тема 8. Оптимизация сбыта товаров в розничном торговом предприятии на примере (товарной группы) на примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1.1. Введение. Актуальность выбранной темы.

1.2. Понятие сбыта.

1.3. Методы сбыта товаров.

1.4. Характеристика каналов реализации продукции.

1.5. Формирование ассортиментной и ценовой политики.

1.6. Стимулирование сбыта товаров.

2. Характеристика торгового предприятия. Организация сбыта товаров в розничном торговом предприятии (описательная часть курсовой работы).

3. Конъюнктура товарного рынка. Оптимизация сбыта товаров в розничном торговом предприятии на примере (товарной группы) (исследовательская часть работы).

4. Выводы и предложения.

**Тема 9. Имидж современного предприятия торговли как фактор конкурентоспособности коммерческого предприятия на примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1.1. Введение. Актуальность выбранной темы.

1.2. Система маркетинговых коммуникаций.

1.3. Формирование общественного мнения.

1.4. Фирменный стиль. Имидж коммерческого предприятия.

2. Характеристика торгового предприятия (описательная часть курсовой работы).

3. Конъюнктура товарного рынка. Оценка имиджа торгового предприятия (исследовательская часть работы).

4. Выводы и предложения.

**Тема 10. Стратегии конкурентоспособности товаров народного потребления на примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1.1. Введение. Актуальность выбранной темы.

1.2. Виды и стратегии конкуренции.

1.3. Определение конкурентоспособности товара.

1.4. Определение конкурентоспособности фирмы.

1.5. Правовое регулирование процесса конкуренции в РФ.

2. Характеристика торгового предприятия (описательная часть курсовой работы).

3. Конъюнктура товарного рынка. Оценка конкурентоспособности товара (исследовательская часть работы).

4. Выводы и предложения.

**Тема 11. Технология мерчендайзинга в современном супермаркете на примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1.1. Введение. Актуальность выбранной темы.

1.2. Концепция мерчендайзинга розничного предприятия торговли

* понятие, цели и задачи, основные инструменты;
* различия в целях мерчендайзинга поставщика и розничного продавца;
* правила мерчендайзинга.

1.3. Технологии мерчендайзинга в розничной торговле

* Как покупатели делают выбор?
* Атмосфера магазина.
* Влияние чувственных компонентов на принятие решения покупателем
* Визуальный мерчендайзинг

1.4. Планировка и распределение торговых площадей, регулирование покупательских потоков

1.5. Зависимость продаж от выкладки

* + Основные правила выкладки
	+ Принципы выкладки
	+ Особенности горизонтальной и вертикальной выкладки
	+ Специальная выкладка
	+ Практика применения выкладки в магазине

2. Характеристика торгового предприятия. Применение технологии мерчендайзинга в супермаркете (описательная часть курсовой работы).

3. Конъюнктура товарного рынка. Концепция мерчендайзинга в супермаркете (исследовательская часть работы).

4. Выводы и предложения:

\* Выводы о применении технологии мерчендайзинга в супермаркете

\* Практические рекомендации по применению технологии мерчендайзинга в супермаркете

**Тема 12. Организация коммерческой деятельности торгового предприятия на примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1.1. Введение. Основные направления развития торговли в условиях рыночной экономики. Задачи совершенствования коммерческой деятельности торговых предприятий.

1.2. Содержание коммерческой работы торгового предприятия:

- изучение и прогнозирование спроса покупателей;

- сегментирование рынка;

- определение потребности в товарах;

- организация закупки, заключение договоров, доставка товаров;

- контроль за выполнением договоров, имущественная ответственность;

- организация продажи товаров;

- мероприятия по увеличению продажи товаров;

2. Характеристика торгового предприятия, содержание его коммерческой работы (описательная часть курсовой работы).

1. Конъюнктура рынка.
2. Выводы и предложения.

**Тема 13. Роль оптовой торговли в современных условиях на примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1.1. Введение. Роль оптовой торговли в современных условиях. Основные направления развития торговли в условиях рыночной экономики.

1.2. Изучение спроса потребителей, в том числе на основе заявок торговли.

1.3. Взаимоотношения с розничной торговлей и предприятиями-изготовителями.

1.4. Товарные запасы в оптовом звене.

1.5. Эффективность товароснабжения.

1.6. Совершенствование коммерческой деятельности оптовых предприятий.

1.7. Развитие материально-технической базы оптовой торговли:

- техническая оснащенность складов;

- новые технологии, используемые в торговле.

2. Характеристика оптового торгового предприятия. Организация деятельности в современных условиях.

1. Конъюнктура рынка.
2. Выводы и предложения.

**Тема 14. Организация приёмки товаров в современном предприятии розничной торговли на примере «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

1. Введение и теоретическая часть (на основе материалов специальной литературы и периодической печати).

1.1. Введение. Актуальность выбранной темы.

1.2. Содержание торгово-технологического процесса магазина (склада).

1.3. Порядок приёмки товаров по количеству. Особенности приёмки отдельных групп товаров.

1.4. Порядок приёмки товаров по качеству. Особенности приёмки отдельных групп товаров.

1.5. Организация контроля за качеством товаров в торговом предприятии. Сертификация.

1.6. Формы воздействия на поставщиков за поставку товаров, не соответствующих стандартам, сертификатам, договорным обязательствам.

2. Характеристика торгового предприятия. Организация приёмки товаров по количеству и качеству в данном предприятии (описательная часть курсовой работы).

3. Конъюнктура товарного рынка на примере одной из товарных групп (исследовательская часть работы).

4. Выводы и предложения.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

**Образец титульного листа**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

ИЖЕВСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ

БПОУ УР «ИТЭТ»

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

по междисциплинарному курсу МДК 01.01

«Организация коммерческой деятельности»

на тему «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

|  |  |
| --- | --- |
| ВыполнилСтудент гр.  |  *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**И.О. Фамилия* |
| Руководитель  |  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ *И.О. Фамилия* |
| Допущен к защите | «\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  |

Ижевск, 2015г