

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ЧИТИНСКОГО ИНСТИТУТА (филиала)  
КОЛЛЕДЖ

## **УЧЕБНО – МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

для студентов 2 курса заочного отделения

*Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)*

*Квалификация Менеджер по продажам*

**ЧИТА 2018**

**Авторы – составители:**

**Цымбало Ольга Анатольевна** – преподаватель дисциплины Основы философии  
**Стуканова Инна Сергеевна** – преподаватель дисциплины Рекламная деятельность  
**Шипицына Ольга Сергеевна** – преподаватель МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности

**Исполнитель:**

**Стуканова Инна Сергеевна** – начальник учебной части

Учебно-методические материалы содержат: тематику контрольных работ, вопросы к зачетам и экзаменам.

## ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом студенты заочного отделения при изучении ряда дисциплин выполняют домашние контрольные работы. Контрольная работа должна быть выполнена и сдана в сроки, установленные учебным графиком. Перед началом выполнения работы, студент должен внимательно прочитать все задания по своему варианту, уяснить их объем и содержание, затем изучить учебный материал по соответствующим вопросам, пользуясь рекомендуемой литературой.

Контрольную работу рекомендуется выполнять в тетради (18 листов), грамотно, разборчиво, без сокращения слов, с полями для замечаний преподавателя (2см.). Титульный лист работы оформляется по установленному образцу. Для рецензии преподавателя необходимо оставить 1 чистый лист. Допускается выполнение контрольной работы в печатном варианте, на листах формата А4: шрифт 14 Times New Roman; необходимо оставлять поля: 2см сверху и снизу, 2 см с левой стороны, 1 см с правой стороны, межбазисный отступ 0, межстрочный интервал 1,5.

В конце контрольной работы необходимо указать перечень используемой литературы в следующей последовательности:

1. Законы Российской Федерации.
2. Указы Президента РФ и постановления Правительства РФ.
3. Основная учебная литература.
4. Дополнительная литература по специальным вопросам (справочники, словари, брошюры).
5. Журнальные и газетные статьи.
6. Отчетные материалы торгового предприятия.

Необходимо полностью указывать фамилию и инициалы автора, название книги или статьи, год и место издания (например: Памбухчиянц О.В. Организация коммерческой деятельности: Учебник, М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 448с.).

После списка литературы студент ставит дату выполнения контрольной работы и подпись.

Ответы на теоретические вопросы должны быть изложены по существу. Решение задач необходимо сопровождать подробными описаниями и расчетами. Качество контрольной работы оценивается по тому, на сколько правильно и самостоятельно даны ответы и выполнены решения, в какой степени использована учебная литература.

Студенты, получившие проверенную контрольную работу должны внимательно ознакомиться с рецензией преподавателя и с учетом замечаний и рекомендаций доработать отдельные вопросы. Не зачтенная контрольная работа выполняется студентом повторно с учетом рецензии и рекомендаций и сдается вместе с не зачтенной работой на проверку.

## ОСНОВЫ ФИЛОСОФИИ

Контрольная работа выполняется по варианту, который зависит от шифра студента. Вариант определяется в зависимости от последней цифры шифра. Например, последняя цифра 3, соответственно номер варианта 3, или последняя цифра 0 – номер варианта 10

### Вариант 1

1. Становление философии. Исторические типы философии.
2. Историко - философские традиции исследования общества.
3. Место русской философии в мировой культуре

### Вариант 2

1. Философское учение Аристотеля.
2. Глобальные проблемы современности и выживания человечества, человек в современном мире.
3. Проблема человека в экзистенциализме.

### Вариант 3

1. Философский анализ природы. Материя и ее основные свойства. Современная естественно-научная картина мира.
2. Культура и цивилизация. Современные концепции культуры.
3. В чем суть проблемы соотношения биологического и социального в человеке?

### Вариант 4

1. Философия о происхождении и сущности человека.
2. Элитарная и массовая культура.
3. В чем состоит глобальный кризис наших дней?

### Вариант 5

1. Философские концепции исторического развития.
2. Психофизическая проблема в науке.
3. Русская философия XIX в.

### Вариант 6

1. Типологизация общественного процесса. Источники развития общества.
2. Происхождение и сущность сознания. Современное естественнонаучное представление о сознании.
3. Образы человека в истории философской мысли.

### Вариант 7

1. Бытие человека как проблема философии.
2. Философия, научное познание. Знание и понимание.
3. основополагающие основы человеческого бытия: творчество, счастье, любовь, труд.

### Вариант 8

1. Философская концепция человека.
2. Природа и сущность человека.
3. Методы и формы научного познания.

### Вариант 9

1. Общественное сознание как отражение общественного бытия. Относительная самостоятельность общественного сознания.
2. Природное (биологическое) и общественное в человеке.
3. Кризис культуры и пути его преодоления.

### Вариант 10

1. Происхождение и сущность религии. Специфика религиозного сознания.
2. Сущность общественного прогресса и его критерии.
3. Глобальные проблемы современности

## Список литературы

### Список литературы

#### Основная:

1. Лешкевич, Т.Г. Основы философии : учебное пособие / Т.Г. Лешкевич, О.В. Катаева. - Ростов-н/Д : Феникс, 2013. - 320 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-222-20054-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271500>(04.09.2017).

2. Основы философии [Текст] : Учеб. / Под ред. В.П. Кохановского. - 14 изд. стер. - М. : Кнорус, 2013; 2015. - 232 с. - (Среднее проф.образование). РУМО (кн. ф. – 2013 – 20; 2015 – 4.)

3. Философия : учебник / Н.Ф. Бучило, Л.А. Демина, О.В. Малюкова, Н.И. Фокина. - М. : Проспект, 2014. - 358 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251997> (04.09.2017).

#### Дополнительная:

1. Алексеев, П.В. Философия [Текст] : Учеб. / П.В. Алексеев, А.В. Панин. - 4-е изд. перераб. и доп. - М. : Проспект, 2013; 2015. - 592 с. ( кн. ф.: 2013 – 1; 2015 – 7.)

2. Миронов, В.В. Философия [Текст] : Учеб. / В.В. Миронов. - М. : Проспект, 2015. - 240 с. (кн.ф. – 1)

3. Кохановский, В.П. Философия: конспект лекций [Текст] : учеб. пособие / В.П. Кохановский, Л.В. Жаров; В.П. Яковлев. - 16-е изд. стер. - 15-е изд., стер. - М. : Кнорус, 2013. -192 с. (кн. ф. – 2 )

4. Дмитриев, В.В. Основы философии : учебник / В.В. Дмитриев, Л.Д. Дымченко. - СПб. : СпецЛит, 2013. - 304 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-299-00506-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253731> (04.09.2017)

5. Надеева, М.И. Философия. Монография. - Казань : Издательство КНИТУ, 2014. - 310 с. : табл. - Библиогр.: с. 279-289. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428764> (04.09.2017)

## **РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

### **Выбор варианта контрольной работы**

Контрольная работа выполняется по варианту, который зависит от шифра студента. Вариант определяется в зависимости от последней цифры шифра. Например, последняя цифра 3, соответственно номер варианта 3, или последняя цифра 0 – номер варианта 10.

#### **Вариант 1**

1. Современное состояние рекламной деятельности в России. Основные тенденции и направления развития российской рекламы
2. Наружная реклама. Понятие и виды.
3. Разработать макет оформления витрины (внешней) по любой группе товаров.

#### **Вариант 2**

1. Понятие и виды рекламы. Социально – психологические основы рекламы. Процесс воздействия и восприятия рекламы.
2. Реклама в прессе.
3. Разработать образец рекламного объявления.

#### **Вариант 3**

1. Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ.
2. Печатная реклама.
3. Разработать макет листовки, по любой группе товаров.

#### **Вариант 4**

1. Средства рекламы, элементы.
2. Фирменный стиль.
3. Разработать макет униформы для сотрудников магазина, специализирующемся на реализации морепродуктов.

#### **Вариант 5**

1. Реклама на транспорте.
2. Внутримагазинная реклама. Интерьер магазина, как средство рекламы.
3. Разработать макет ценника, с учетом фирменного стиля магазина, по любой группе товаров.

#### **Вариант 6**

1. Печатная и прямая почтовая реклама.
2. Радио-, телереклама, компьютеризированная реклама.
3. Прикрепить образец буклета.

#### **Вариант 7**

1. Рекламная компания.
2. Интернет-реклама.
3. Разработать макет интернет-баннера, по любой группе товаров.

### **Вариант 8**

1. История возникновения и развития рекламы.
2. Наружная реклама.
3. Разработать на ваш выбор макет рекламного биллборда (щита).

### **Вариант 9**

1. Показатели эффективности рекламной деятельности.
2. Прямая почтовая реклама.
3. Разработать макет стаффера, для любого товара и компании на ваш выбор.

### **Вариант 10**

1. Внутримагазинная реклама. Интерьер магазина, как средство рекламы.
2. Витрина как средство рекламы.
3. Разработайте оригинальное название для магазина определенного товарного профиля и разработайте эскиз вывески, (например: для магазина женской одежды, хозяйственных товаров, электробытовой аппаратуры, парфюмерно-косметических товаров).

### **Список литературы**

#### **Основная:**

1. Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 326 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253783> (27.02.2016). МО
2. Поляков, В.А. Основы рекламы : учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 718 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-01059-1; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432> (27.02.2016). УМО
3. Герасимов, Б.И. Виды и средства распространения рекламы [Текст]: Учеб. пособие / Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова; М.А. Блюм. - М.: Форум, 2013. - 128 с. - (Проф. образование). РУМО. - ISBN 978-5-91134-305-7

#### **Дополнительная**

1. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 539 с. - ISBN 978-5-394-01804-6; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112327> (27.02.2016).
2. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности / М.Ю. Рогожин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 208 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-1578-2; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716>(27.02.2016).
3. Памбухчиянц, О.В. Организация и технология коммерческой деятельности: учебник / О.В. Памбухчиянц. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 640 с. - ISBN 978-5-394-01557-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112195> (16.02.2016). СПО

4. Мазилкина, Е.И. Основы рекламы [Текст]: Учеб. пособие / Е.И.

Мазилкина. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2014. - 288 с. + Глоссарий. - ISBN 978-5-394-01852-7

5. Васильев, Г.А. Основы рекламы [Текст]: учеб. пособие / Г.А.

Васильев, В.А. Поляков. - М.: Инфра-М, 2014. - 407 с. + Тесты + Практикум. РУМО. - ISBN 978-5-16-004228-2

## **КУРСОВАЯ РАБОТА**

### **МДК 01.01 ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

#### *ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ*

Курсовая работа по профессиональному модулю является одним из видов учебных занятий и формой контроля учебной работы студентов. Курсовая работа по ПМ 01 Организация и управление торгово – сбытовой деятельностью предусмотрена ФГОС СПО базового уровня в части Государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям). Курсовая работа – завершающий этап изучения дисциплины и выполняется на 1 курсе очного и 2 курсе заочного отделений, в соответствии с учебным планом.

Выполнение студентами курсовой работы позволяет применить полученные знания и умения при решении комплексной задачи, связанной со сферой будущей профессиональной деятельности.

**Целями выполнения курсовой работы** являются: углубление, обобщение, систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений по одному из разделов курса «Организация коммерческой деятельности». Приобретение навыков самостоятельной работы с теоретическим и практическим материалом, навыков анализирования и обобщения практического материала по теме, умений применять теоретические знания в решении практических задач. Развитие творческой инициативы студентов, их самостоятельности при подборе теоретического материала и практических ситуаций. Формирование умений применять теоретические знания при решении поставленных вопросов, использования справочной и нормативной документации по дисциплине. Написание курсовой работы является одним из этапов подготовки к итоговой государственной аттестации.

При написании курсовой работы студенты учатся анализировать, сравнивать, оценивать представленные данные и возможные варианты решений поставленных задач, систематизировать материал, делать выводы. Приобретают, вырабатывают и закрепляют навыки и умения работы со специальной учебной и справочной литературой, периодической печатью, делая выписки, составляя конспекты.

При выполнении курсовой работы студенты комплексно используют знания, полученные и по другим дисциплинам, и МДК, таким как «Экономика организации», «Теоретические основы товароведения», «Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров», «Организация торговли», «Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда» и др.

Для организации работы студентов и в целях оказания помощи в написании курсовой работы проводятся **групповые консультации** по расписанию колледжа и **индивидуальные консультации** по установленному графику.

### **Порядок выбора темы курсовой работы**

Каждый студент самостоятельно, должен выбрать тему курсовой работы, соответствующую личному и профессиональному интересу. Также тема курсовой работы может быть предложена студентом, при условии обоснования ее целесообразности и соответствия целям и задачам профессиональной подготовки специалистов или в соответствии со специализацией студента и спецификой работы торговых предприятий города (края).

Тема курсовой работы может быть связана с программой профессиональной практики. Студент может использовать материалы, подобранные им на основе собственных наблюдений во время прохождения практики. Выбор темы должен быть обоснован и согласован с преподавателем.

### **Составление плана**

После определения темы студент должен составить план курсовой работы или использовать примерный план, рекомендованный к теме. Примерный план может использоваться студентом полностью или с изменениями и дополнениями, внесенными самостоятельно. План также, как и тема курсовой работы должен быть утвержден и подписан преподавателем, после чего изменения допускаются только по согласованию с преподавателем.

### **Порядок подбора литературы, для написания курсовой работы**

Выбрав тему и определившись с планом, студент приступает к подбору литературы. В процессе выполнения работы студент может использовать учебную, научную и методическую литературу по Организации коммерческой деятельности, маркетингу, психологии, товароведению, экономике и организации торговли; использовать интернет - ресурсы. Большую помощь при написании курсовой работы могут оказать журналы: «Российская торговля», «Спрос», «Современная торговля», «Торговое оборудование», «Маркетолог»; газеты «Экономика и жизнь», «Российская торговля» и др. Необходимо изучить и использовать в работе федеральные и местные законы и постановления по вопросам экономической реформы, развитию рынка, организации торговой деятельности. При работе с литературой должны соблюдаться общепринятые правила библиографического описания источника.

Практический материал состоит из данных, полученных как в результате самостоятельного обследования объекта исследования, так и на основе статистической, бухгалтерской и оперативной отчетности.

### **Структура и содержание курсовой работы**

Курсовая работа должна быть выполнена студентом самостоятельно. **Не допускается переписывание материала учебника или учебного пособия или перепечатка из Интернета.**

По содержанию курсовая работа может носить реферативный, практический или опытно – экспериментальный характер, в зависимости от выбранной темы, уровня компетентности и индивидуальных способностей студентов.

По структуре курсовая работа реферативного характера состоит из:

введения, в котором раскрывается актуальность и значение темы, формулировка ее цели;

теоретической части, в которой даны история вопроса, уровень разработанности проблемы в теории и практике посредством сравнительного анализа литературы;

заключения, в котором содержатся выводы и рекомендации относительно возможностей использования результатов работы;

списка используемой литературы;

приложения.

По структуре курсовая работа практического характера состоит из:

введения, в котором раскрывается актуальность и значимость темы, формулировка ее цели и задач;

основной части, которая может состоять из двух разделов:

в первом разделе содержатся теоретические основы разрабатываемой темы;

во втором разделе излагается практическая часть, которая представлена расчетами, графиками, таблицами, схемами и т.д.;

заключения, в котором содержатся выводы и рекомендации относительно возможностей практического применения материалов работы;

списка используемой литературы;

приложения.

По структуре курсовая работа опытно-экспериментального характера состоит из:

введения, в котором раскрывается актуальность и значение темы, определение цели и задач эксперимента;

основной части, которая состоит, как правило, из двух разделов:

в первом разделе содержатся теоретические основы разрабатываемой темы, даны история вопроса, уровень его разработанности в теории и практике;

во втором разделе представлена практическая часть, в которой содержится план проведения эксперимента, характеристика методов экспериментальной работы, обоснование выбранного метода, основные этапы эксперимента, обработка и анализ результатов опытно-экспериментальной работы;

заключения, в котором содержатся выводы и рекомендации о возможности использования полученных результатов;

списка используемой литературы;

приложения.

Реферативная (теоретическая) курсовая работа должна содержать аналитический обзор литературы по теме, включая статьи в научно-теоретических и научно-практических журналах, сборниках научных трудов, монографиях и др.

Практическая курсовая работа может состоять из обзора литературы описательного характера и практической части. В практической части студент приводит результаты исследований, проведенных самостоятельно, методами сбора необходимой информации в торговых организациях, в т.ч. во время прохождения практики; расчетов (расчет коэффициентов использования площади торгового зала); регистрационным (наблюдений, подсчет пропускной способности предприятия); социологическим (опрос покупателей, персонала торгового предприятия) и т.п.

Студент разрабатывает и оформляет курсовую работу (проект) в соответствии с требованиями ЕСТД и ЕСКД.

Курсовая работа должна иметь четкую внутреннюю структуру и правильное оформление. Структура курсовой работы:

1. Титульный лист.
2. Содержание / План.
3. Введение.
4. Основная часть.
5. Заключение.
6. Список литературы.
7. Приложения.

**Титульный лист** – оформляется по установленному образцу (Приложение 2).

**Содержание/План работы** – включает вопросы темы в виде заголовков, глав или параграфов, наименование всех разделов и подразделов, заключение, список использованной литературы, наименование приложений с указанием страниц, с которых начинаются эти элементы курсовой работы **Приложение 3**.

**Введение** – раскрывается актуальность и значение темы, дается обоснование выбора, формулируются цели и задачи работы. В данном вопросе допускается изложение информации об истории возникновения торговли, ее развитии, традициях, также необходимо сделать анализ современного состояния торговли, задач и направлений развития торговли в условиях рыночной экономики. Необходимо отметить роль и функции торговли в экономике страны, привести примеры совершенствования торговой деятельности российских предприятий торговли, использование зарубежного опыта торговли и т.п.

**Основная часть** – посвящена изложению темы.

В основной части курсовой работы реферативного характера на высоком уровне освещается теоретическая и аналитическая база по избранной теме; приводится история вопроса, уровень разработанности проблемы в теории и практике посредством сравнительного анализа литературы. Изложение материала должно быть четким, последовательным, достаточно полным. Для этого студент должен **самостоятельно** найти и глубоко изучить относящуюся к теме учебную, научную, справочную литературу и периодическую печать, статьи в газетах и журналах.

В основной части курсовой работы практического или экспериментального характера производится деление собранного материала на два раздела:

- в первом разделе содержатся теоретические основы разрабатываемой темы; при необходимости дается обоснование проведения экспериментальных работ;
- во втором разделе содержится практическая часть курсовой работы, т.е. характеристика конкретного объекта «торговой организации». В зависимости от темы могут раскрываться следующие вопросы:
  - характеристика структуры и структурных подразделений торгового предприятия;
  - анализ хозяйственной деятельности предприятия;
  - краткая характеристика основной технологической деятельности предприятия;

- анализ применения теоретических разработок и нормативных документов в практике работы конкретного торгового предприятия (например: правил торговли, законов, постановлений по торговле, правил приемки товаров им т.д. и т.п.);
- мероприятия по совершенствованию работы предприятия.

Изложение материала основной части обязательно дополняется иллюстрациями, схемами, чертежами и таблицами по ходу изложения материала.

**Заключение** содержит обобщение результатов проведенного исследования в целом, формулировку выводов, предложений, рекомендаций, как результат выполненной работы. В заключении дается оценка полноты решения поставленной задачи. Заключение по своей структуре представляет сжатое (2-3страницы) изложение сути курсовой работы, формулировку основных недостатков в работе конкретного торгового предприятия (или предприятий торговли города), предложения по устранению отмеченных недостатков и рекомендации по улучшению деятельности торгового предприятия (предприятий города) в конкретной форме.

**Список литературы** содержит все источники, которые студент использовал в процессе выполнения курсовой работы, при этом должны быть соблюдены общепринятые правила библиографического описания источников.

**Приложения** к курсовой работе включают материалы, связанные с выполнением курсовой работы, но, которые по каким-либо причинам не включены в основную часть (схемы, таблицы, фотоснимки, плакаты, иллюстрации и т.п.).

По ходу написания курсовой работы допускается выполнение студентом какого-либо творческого задания: съемка видеofilmа, изготовление альбомов с фотографиями, схем, рисунков, мультимедийных наглядных пособий.

## ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа оформляется в соответствии с требованиями ЕСТД и ЕСКД на листах формата А4 (210-297), на одной стороне листа, которые должны быть сброшюрованы в следующей последовательности: титульный лист, содержание (план), основное содержание (текст) курсовой работы, приложения. Объем курсовой работы должен составлять не менее 20-25 страниц печатного текста. Текст работы должен быть отпечатан через полтора интервала (1,5 строки), шрифтом Times New Roman, размером 14. Цвет шрифта должен быть черным.

Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: правое-10мм, верхнее-20мм, левое и нижнее -20мм. Рамки на полях не выполняются.

Абзац: выравнивание – по ширине; первая строка-отступ -1,25; должен быть выставлен автоматически (не допускается делать абзацный отступ пробелами или табуляцией) интервал перед и после абзаца – 0 пунктов. Функция переноса обязательна. Заголовки разделов должны быть краткими, пишутся ПРОПИСНЫМИ буквами без точки в конце. Текст заголовка печатается гарнитурой Times New Roman. Кегль -14пт., начертание-обычное, междустрочный интервал-одинарный, интервал перед-6пт., интервал после -6пт., абзацный отступ (отступ первой строки)-0 мм, выравнивание – по центру.

Заголовки и подзаголовки. При их наборе необходимо придерживаться следующих правил:

- сохранять единообразие: заголовок (подзаголовок) одного порядка по всей работе должен набираться одним шрифтом одного начертания и располагаться в тексте единообразно (как правило, по центру); Текст подзаголовка печатается гарнитурой Times New Roman. Кегль -14пт., начертание-обычное, междустрочный интервал-одинарный,
- заголовок старшего порядка (раздел или глава) должен начинаться с новой страницы, подзаголовки (глава (при наличии в издании раздела) или параграф) отделяются от текста интервалами (интервал перед-6пт., интервал после -6пт.);
- располагать заголовки на одной странице с началом текста, к которому они относятся;
- не использовать в заголовках переносы слов;
- не ставить точку в конце заголовков (остальные знаки препинания — !, ?, многоточие — ставить при необходимости); если заголовок состоит из двух самостоятельных предложений, то в конце первого предложения нужно ставить точку, а в конце заголовка — нет.

При заголовке или подзаголовке, состоящем из двух строк интервал между строками должен быть перед-0., после-0, межстрочный интервал-1.

#### Правила компьютерного набора текста

Пробелы:

- используются обычные пробелы и неразрывные. Неразрывный пробел ставится с помощью одновременного нажатия трех клавиш Shift, Ctrl и пробел;
- между словами следует ставить только один пробел, два пробела и более между словами при наборе не допускается;
- перед знаками препинания пробелы ставить не нужно, после знака препинания — обязательно;
- знаки номера (№), параграфа (§) и слово «страница» (с.) отбиваются от идущей за ними цифры неразрывным пробелом;
- слова, заключенные в кавычки или скобки, не отделяются от них пробелами, например: (текст), а не ( текст );
- многозначные числа разбиваются на разряды: 9 876 543 (пробелы здесь используются только неразрывные);
- простые и десятичные дроби не отбиваются от целой части: 0,5; 13/4;
- обозначение степени пробелом не отбивается: м<sup>2</sup>;
- число от размерности отбивается неразрывным пробелом: 3 кг, 200 кВт, а также 1927 г., XIX–XX вв.;
- всегда отбиваются пробелом инициалы от фамилии, но нельзя набирать в разных строках фамилии и инициалы, к ним относящиеся (поэтому пробелы в данном случае используются только неразрывные), а также нельзя отделять один инициал от другого;
- знаки процента (%) применяют только с относящимися к ним числами, от которых они не отделяются;

– знаки градуса (°), минуты (′), секунды (″) от предыдущих чисел не отделяются пробелом.

Дефис (-) и тире (—), соединительное тире (–):

– дефис никогда не отбивается пробелами: все-таки, финансово-экономический, компакт-диск;

– тире отбивается пробелами с обеих сторон: «Счастье — это когда тебя понимают». В середине предложения тире не должно переходить на следующую строку и начинать ее, поэтому перед тире ставится неразрывный пробел;

– соединительное тире, или знак «минус», ставится обычно между цифрами для обозначения периода «от ... до» (1990–1996 гг., 8–10 км/ч, пять–шесть минут) и тоже не отбивается пробелами.

Запятая, кавычки, маркеры:

– при отделении десятичных долей от целых чисел нужно ставить запятую (0,158), а не точку;

– при наборе необходимо использовать типографские кавычки — «» (елочки).

Текст курсовой работы должен иметь сплошную нумерацию страниц. Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы. Номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц работы, но номер на нем не проставляется. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц работы.

В работе могут использоваться маркеры только одного вида (-).

Все иллюстрации (графики, диаграммы, рисунки, схемы, фотоснимки и т.п.) именуется рисунками.

При их наборе необходимо придерживаться следующих правил:

– границы рисунков не должны выходить за границы основного текста;

– ссылки на рисунки в тексте обязательны (рис.1) при повторной ссылке (см.рис.1);

– рисунки должны быть помещены в тексте после абзацев, содержащих ссылку на них или как можно ближе к ссылке. Допускается печать рисунка не далее, чем на следующей после ссылки странице;

– если рисунков в издании более одного, они нумеруются;

– все рисунки должны иметь подписи. Точки в конце подписи не ставят;

– в рисунках, выполненных средствами MS Office, используется шрифт основного текста (Times New Roman Cyr), размер шрифта на два–три пункта меньше, чем у основного текста (11–12 кегль).

Рисунки нумеруют сквозной нумерацией в пределах всей курсовой работы арабскими цифрами. Каждый рисунок должен сопровождаться подписью, размещают название под рисунком, например:



Рис. 5. Организационная структура предприятия

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей.

Их следует делать в режиме таблиц, а не рисовать от руки. При наборе таблиц необходимо придерживаться следующих правил:

- границы таблиц не должны выходить за границы основного текста;
- использовать шрифт основного текста (Times New Roman Cyr), размер шрифта должен быть на два пункта меньше, чем у основного текста (11-12 кегль);
- таблицы должны быть помещены в тексте после абзацев, содержащих ссылку на них или как можно ближе к ссылке, например, (табл.1), Повторные ссылки на таблицы следует давать с сокращенным словом «смотри», например: (см. табл. 2). Допускается печатать таблицы не далее, чем на следующей после ссылки странице;
- если таблиц в докладе более одной, они нумеруются;
- перед таблицей (справа) печатается слово «Таблица». Точка после номера таблицы не ставится;
- каждая таблица должна иметь название. Название таблицы печатается по центру строки. Точка после названия таблицы не ставится;
- таблицы должны иметь «шапку» (название столбцов);
- все графы и строки должны быть заполнены;
- таблицы, имеющие количество строк больше, чем может поместиться на странице, переносятся на другую (другие) страницу(ы). При этом «шапка» повторяется, а над ней указывается «Продолжение табл.» или «Окончание табл.»;
- сокращения слов в таблицах не допускаются;

Например:

Таблица 2

Распределение промышленной продукции за отчетный период

Группы предприятий по формам хозяйствования	Объем промышленной продукции, млрд.руб.	В % к итогу
Государственные	405,0	89,20
Арендные	19,0,	4,19
Всего	454,0	100,0

«Шапка» таблицы выравнивается по центру, основной текст в таблице, если дается большой объем материала выравнивается по ширине, если данные представлены в виде чисел или отдельных слов – выравнивание по центру

Изложение основного текста курсовой работы должно быть последовательным, логичным, четким. Особое внимание должно быть обращено на орфографию, синтаксис. Недопустимо механическое переписывание целиком абзацев, страниц, таблиц без ссылки на источники (цитата берется в кавычки или в квадратных скоб-

ках указывается номер источника по списку литературы). Сокращение слов в тексте не допускается, за исключением сокращений, установленных ГОСТом.

Приложения оформляются как продолжение курсовой работы на последующих листах, но общий объем курсовой работы оно не входит. В тексте курсовой работы на все приложения должны быть даны ссылки. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху страницы слова «Приложение» и его номера. Приложения должны иметь заголовки, который записывается симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

В конце работы перечисляется использованная литература в следующей последовательности:

1. Конституция РФ
2. Кодексы РФ
3. Законы Российской Федерации.
4. Указы Президента РФ и постановления Правительства РФ.
5. Основная учебная литература.
6. Дополнительная литература по специальным вопросам (справочники, словари, брошюры).
7. Журнальные и газетные статьи.
8. Отчетные материалы торгового предприятия.
9. Электронные ресурсы

В конце работы необходимо оставить 1-2 чистых листа для рецензии преподавателя.

#### Оформление формул

Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Если уравнение не умещается в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (x), деления (:), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак «X». Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Нумеровать следует наиболее важные формулы, на которые имеются ссылки в работе. Порядковые номера формул обозначаются арабскими цифрами в круглых скобках у правого края страницы.

$$\text{Пример,} \quad A=a:b, \quad (1)$$

#### Оформление списка литературы

В списке каждому литературному источнику присваивается номер, указывается фамилия автора в именительном падеже а затем инициалы, название книги (брошюры), повторность издания, место издания (пишут полностью в именительном падеже, за исключением названий двух городов – Москвы (М.) и Санкт-Петербурга (С.-П.), название издательства, год выпуска и общее количество страниц источника. По каждому литературному источнику из периодических изданий (журналов, газет,

сборника трудов) необходимо записать фамилию и инициалы автора, название статьи, наименование издания, год выпуска, номер издания, страницы начала и окончания статьи.

Далее приведены примеры библиографического описания различных видов литературных источников

#### Описание законодательных актов

Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1, 2, 3, 4. - М.: Эксмо, 2009. – 672 с.

#### Описание книги с указанием авторов

Памбухчиянц, О. В. Организация коммерческой деятельности: учеб. для сред. спец. учеб. заведений / О.В.Памбухчиянц. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К", 2008. – 445с

#### Описание журнальной статьи

Федорец М.Н. Маркетинговые исследования и анализ потребителя рынка услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. - № 6. – С.16-21.

#### Описание газетной статьи

Тюрюмин В. По привычному маршруту / В. Тюрюмин // Экономика. Право. Менеджмент. 2005. №18. С. 3.

#### Особенности составления библиографических ссылок на электронные ресурсы

Объектами составления библиографической ссылки также являются электронные ресурсы. Ссылки составляют как на электронные ресурсы в целом (электронные документы, базы данных, порталы, сайты, веб-страницы, форумы и т. д.), так и на составные части электронных ресурсов (разделы и части электронных документов, порталов, сайтов, веб-страниц, публикации в электронных сериальных изданиях, сообщения на форумах и т. п.).

Для электронных ресурсов удаленного доступа приводят примечание о режиме доступа, в котором допускается вместо слов «Режим доступа» (или их эквивалента на другом языке) использовать для обозначения электронного адреса аббревиатуру «URL» (Uniform Resource Locator — унифицированный указатель ресурса).

Перечень использованных веб-сайтов оформляется в следующем порядке: название статьи, автор, источник (электронная версия газеты, журнала, нормативно-правового акта, канала телевидения и т.п.), ссылка на веб-сайт.

#### Интернет-источники

О защите прав потребителей: Федеральный закон от 7 февр. 1992 г. № 2300-1 (с изм. и доп.) [Электронный ресурс ]. - URL: [http:// www.garant.ru](http://www.garant.ru)

О защите конкуренции: Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ (с изм.и доп.) [Электронный ресурс ]. - URL: <http:// www.garant.ru>

#### Описание нормативных документов

1. ГОСТ Р 51697-2000 Товары бытовой химии в аэрозольной упаковке. Общие технические условия.

2. ГОСТ Р 51303-99 Торговля. Термины и определения.

### 3. ПБУ 3/2006 «Учёт активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте»

#### ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Мультимедийная презентация – это программа, которая может содержать текстовые материалы, фотографии, рисунки, слайд-шоу. Звуковое оформление и дикторское сопровождение, видеофрагменты и анимацию, трехмерную графику.

Презентация позволяет повысить успешность восприятия информации с использованием демонстрационных средств и повысить вероятность убеждения аудитории.

Структура материалов в электронном виде

1. Титульный слайд;

2. Информационные слайды;

В титульном слайде указываются:

-Тема доклада

-Фамилия, имя составителя.

Соблюдайте единый стиль оформления. Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации. Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунок)

На одном слайде рекомендуется использовать три-четыре цвета (1- цвет фона, 2 – цвет заголовка, 3 – цвет основного текста)

Для фона и текста слайда выбирайте контрастные цвета

Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования)

В титульном и завершающем слайдах использовать анимацию объектов не допускается. В информационных слайдах допускается использование анимации объектов только в случае, если это необходимо для отражения изменений, происходящих во временном интервале, и если очередность анимирования объектов соответствует структуре курсовой работы. В остальных случаях использование анимации не допускается

Презентация должна содержать от 5-15 слайдов не более. Презентация с большим объемом слайдов не воспринимается слушателями. Используйте короткие слова и предложения. Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных. Заголовки должны привлекать внимание аудитории

Предпочтительно горизонтальное расположение информации

Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана

Если на слайде картинка, надпись должна располагаться под ней, если изображение большого размера, его располагают по центру слайда и внизу добавляется подпись к изображению, если изображение небольшое, но информативное его располагают по левому, либо по правому краю слайда и делают обтекание изображения текстом. В презентацию добавляются изображения, которые несут в себе информативную значимость.

Шрифт

Для заголовков - не менее 24, выравнивание по центру

Для основного текста - не менее 18, выравнивание либо – по ширине, либо по центру

Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния

Нельзя смешивать различные типы шрифтов в одной презентации

Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив, подчеркивание

Диаграммы готовятся с использованием мастера диаграмм табличного процессора MS Excel.

Данные и подписи не должны накладываться друг на друга и сливаться с графическим редактором диаграммы

Структурные диаграммы готовятся с помощью стандартных средств рисования пакета MS Office.

Если при форматировании слайда есть необходимость пропорционально уменьшить размер диаграммы, то размер шрифтов должен быть увеличен с таким расчетом, чтобы реальное отображение объектов диаграммы соответствовало значениям, указанным в таблице.

Табличная информация вставляется в материалы как таблица текстового процессора MS Word или табличного процессора MS Excel.

При вставке таблицы как объекта и пропорциональном изменении ее размера реальный отображаемый размер шрифта должен быть не менее 18 pt.

Таблицы и диаграммы размещаются на светлом или белом фоне.

Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут запомнить не более трех фактов, выводов, определений

Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде

Для обеспечения разнообразия следует использовать различные виды слайдов:

- С текстами
- С таблицами
- С диаграммами

Презентация не должна содержать слайд с информацией следующего вида:

«Спасибо за внимание»

«Конец»

«The end»

«Happy end»

### *Порядок оценки и защиты курсовой работы*

Выполненная курсовая работа сдается преподавателю на проверку (через секретаря учебной части). Сданная работа рецензируется преподавателем. Рецензирование курсовой работы имеет своей целью проверку соответствия установленным требованиям Государственного образовательного стандарта и другим нормативным документам, полноты разработки выбранной темы, использования специальной литературы и материалов практики. При этом преподаватель обращает внимание на степень творческой самостоятельности автора в освещении вопросов темы, умение формулировать и обосновывать выводы; оцениваются грамотность и стиль изложения текста; проверяется наличие ссылок на использованные источники. Не зачиты-

ваются курсовые работы, переписанные из учебников, Интернет и других источников.

Работа оценивается по пятибалльной системе. *К защите* допускаются работы, в целом отвечающие предъявляемым требованиям и оцененные на «5», «4» или «3». Данные курсовые работы возвращаются студенту для ознакомления с рецензией, в которой отражены замечания, рекомендации с учетом которых студент готовится к защите работы.

Защита курсовой работы проводится преподавателем по графику. При защите студент должен кратко рассказать о содержании работы, особенностях ее выполнения (в том числе практической части), ответить на дополнительные вопросы, в том числе сообщить, в какой мере учтены замечания рецензента и реализованы его рекомендации.

При определении итоговой оценки преподаватель учитывает: содержание и оформление курсовой работы, степень творчества, организованности и самостоятельности студента при ее выполнении, уровень компетентности при защите работы.

*Неудовлетворительно* оценивается курсовая работа, не отвечающая установленным требованиям, например: не раскрыта тема, специальная литература не использована, имеются замечания по системности и стилю изложения, список используемой литературы отсутствует или составлен без соблюдения правил библиографического описания источников и др. Такая курсовая работа подлежит переработки с учетом требований и рекомендаций преподавателя и повторному представлению на рецензию, вместе с неудовлетворительной.

Оценка за курсовую работу выставляется в зачетную книжку студента.

#### *Перечень тем курсовых работ*

1. Состояние и перспективы развития торговли.
2. Организация деятельности оптовых торговых предприятий.
3. Материально-техническая база оптовой торговли, основные направления её развития.
4. Типизация и специализация розничной торговой сети.
5. Мелкорозничная торговая сеть.
6. Организация и технология приемки товаров в магазине по качеству.
7. Организация и технология приемки товаров в магазине по количеству.
8. Организация и технология хранения товаров в магазине.
9. Организация и технология хранения товаров в оптовом предприятии.
10. Организация и технология подготовки к продаже продовольственных товаров в магазине.
11. Организация и технология подготовки к продаже непродовольственных товаров в магазине.
12. Размещение и выкладка товаров в торговом зале магазина.
13. Формы продажи товаров.
14. Организация и технология продажи товаров методом самообслуживания.
15. Организация и технология продажи товаров по образцам.

16. Организация и технология продажи товаров с индивидуальным обслуживанием.
17. Правила продажи товаров в магазине.
18. Организация комиссионной торговли непродовольственными товарами.
19. Коммерческая работа в предприятиях розничной торговли.
20. Организация коммерческой работы оптового торгового предприятия.
21. Организация закупки товаров в предприятиях торговли.
22. Организация товароснабжения магазинов.
23. Договор купли – продажи товаров и его роль в организации коммерческой деятельности.
24. Оптовые ярмарки, порядок их организации и функционирования.
25. Организация и технология продажи конкретной группы товаров (на примере продаж одежды, обуви, ювелирных изделий, сложнobyтовой техники, мебели, хлеба и хлебобулочных изделий, гастрономических изделий, мясных товаров, бакалейных товаров и т.д. по выбору студента).
26. Ассортимент и качество услуг розничной торговли.
27. Мерчендайзинг в розничном торговом предприятии.
28. Планировка розничных торговых предприятий.
29. Сравнительная характеристика магазинов современных форматов.
30. Организация и технология продаж в электронной торговле.
31. Территориальное размещение розничных торговых предприятий.
32. Организация рекламы в розничных торговых предприятиях и ее эффективность.
33. Защита прав потребителей.
34. Психология и этика коммерческой деятельности.

## **Примерные планы курсовых работ и рекомендуемая литература**

### **Тема№1: «Состояние и перспективы развития торговли».**

Введение.

1. Роль, функции и задачи торговли в современном обществе.
  - 1.1.Современное состояние торговли.
  - 1.2.Стратегия развития торговли.
  - 1.3.Современные форматы торговли.
2. Сущность и значение конкуренции в торговле.
3. Нормативно-правовое обеспечение торговли.

Заключение.

### **Тема№2: «Организация деятельности оптовых торговых предприятий».**

Введение.

- 1 Роль и функции оптовой торговли в системе хозяйственных отношений.
  - 1.1.Основные направления развития оптовой торговли.
  - 1.2.Структура каналов товародвижения.
- 2 Типы и виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения.

2.1. Функции оптовых торговых организаций: независимых оптовых торговых структур, фирменного опта, мелкооптовых предприятий – их роль в организации товароснабжения.

2.2. Особенности управления оптовыми торговыми предприятиями разного вида  
Заключение.

### **Тема №3: «Материально-техническая база оптовой торговли, основные направления развития».**

Введение.

1. Основные направления развития материально-технической базы оптовой торговли.

2. Роль, функции и классификация складов оптовых предприятий.

2.1. Технологические и общетехнические требования к устройству складов.

2.2. Виды складских помещений и их планировка.

3. Особенности устройства специальных складов (холодильников, плодоовощехранилищ).

Заключение.

### **Тема №4: «Типизация и специализация розничной торговой сети».**

Введение.

1. Основные направления развития розничной торговой сети.

2. Виды розничной торговой сети.

2.1. Специализация розничной торговой сети.

2.2. Типизация розничной торговой сети. Характеристика основных типов розничных торговых предприятий.

3. Основные принципы размещения розничной торговой сети в городах.

Заключение.

### **Тема №5: «Мелкорозничная торговая сеть».**

Введение.

1. Основные направления развития инфраструктуры розничной торговли.

2. Виды розничной торговой сети. Значение и особенности мелкорозничной сети.

3. Характеристика мелкорозничной торговой сети.

4. Организация работы мелкорозничной торговой сети в г. Чите. Правила работы передвижной мелкорозничной сети г. Чите.

Заключение.

### **Тема №6: «Организация и технология приемки товаров в магазине по качеству».**

Введение.

1. Содержание торгово-технологического процесса магазина. Значение операций приемки товаров в торгово-технологическом процессе.

2. Порядок приемки товаров по качеству. Документальное оформление приемки.

3. Особенности приемки по качеству отдельных групп товаров.

4. Особенности приемки импортных товаров.  
Заключение.

**Тема№7: «Организация и технология приемки товаров в магазине по количеству».**

Введение.

1. Содержание торгово-технологического процесса магазина. Значение операций приемки товаров в торгово-технологическом процессе.
  2. Порядок приемки товаров по количеству. Документальное оформление приемки.
  3. Особенности приемки товаров, доставляемых в таре-оборудовании.
- Заключение.

**Тема№8: «Организация и технология хранения товаров в магазине».**

Введение.

1. Факторы, влияющие на качество товаров при хранении в магазине.
  2. Организация хранения товаров на складе магазина.
  3. Технология хранения отдельных видов непродовольственных товаров.
  4. Технология хранения отдельных видов продовольственных товаров.
  5. Товарные потери, их виды, порядок списания и мероприятия по их сокращению.
- Заключение.

**Тема№9: «Организация и технология хранения товаров в оптовом предприятии».**

Введение.

1. Факторы, влияющие на качество товаров при хранении на складе оптового предприятия.
  2. Организация хранения товаров на складе магазина.
    - 2.1. Технология хранения отдельных видов непродовольственных товаров.
    - 2.2. Технология хранения отдельных видов продовольственных товаров.
  3. Товарные потери, их виды, порядок списания и мероприятия по их сокращению.
- Заключение.

**Тема№10: «Организация и технология подготовки к продаже продовольственных товаров в магазине».**

Введение.

1. Организация торгово – технологического процесса магазина
2. Подготовка товаров к продаже.
  - 2.1.Значение подготовки товаров к продаже. Основные операции подготовки товаров к продаже в магазине.
  - 2.2.Особенности подготовки к продаже отдельных видов продовольственных товаров.

3. Отходы, возникающие в магазине при подготовке товаров к продаже.  
Заключение.

### **Тема№11: «Организация и технология подготовки к продаже непродовольственных товаров в магазине».**

Введение.

1. Организация торгово – технологического процесса магазина
2. Подготовка товаров к продаже.
  - 2.1.Значение подготовки товаров к продаже. Основные операции подготовки товаров к продаже в магазине.
  - 2.2.Особенности подготовки к продаже отдельных видов непродовольственных товаров.
3. Отходы, возникающие в магазине при подготовке товаров к продаже.  
Заключение.

### **Тема№12: «Размещение и выкладка товаров в торговом зале магазина».**

Введение.

1. Основные требования к размещению товаров в торговом зале.
2. Принципы товарной выкладки, способы и приемы выкладки товаров на торговом оборудовании.
3. Особенности размещения и выкладки различных видов товаров.
4. Значение выкладки товаров в создании фирменного стиля и интерьера магазина.  
Заключение.

### **Тема№13: «Формы продажи товаров».**

Введение.

1. Задачи совершенствования процесса продажи в розничной торговле. Классификация форм и методов розничной продажи товаров.
2. Основные методы розничной продажи товаров, их характеристика и особенности организации:
  - 2.1.Самообслуживание.
  - 2.2.Продажа товаров по образцам.
  - 2.3.Продажа с индивидуальным обслуживанием, в том числе с открытой выкладкой.
  - 2.4. Продажа товаров по заказам.
3. Внемагазинные формы продажи товаров. Перспективы и направления их развития.  
Заключение.

### **Тема№14: «Организация и технология продажи товаров методом самообслуживания».**

Введение.

1. Понятие розничной торговли.

- 1.1. Задачи совершенствования процесса продажи в розничной торговле.
  - 1.2. Классификация форм и методов розничной продажи товаров.
  2. Самообслуживание - метод розничной продажи товаров, его характеристика и особенности организации.
  3. Перспективы и направления развития самообслуживания.
- Заключение.

### **Тема №15: «Организация и технология продажи товаров по образцам».**

Введение.

1. Понятие розничной торговли.
    - 1.1. Задачи совершенствования процесса продажи в розничной торговле.
    - 1.2. Классификация форм и методов розничной продажи товаров.
  2. Продажа по образцам - метод розничной продажи товаров, его характеристика и особенности организации.
  3. Перспективы и направления развития продажи по образцам.
- Заключение

### **Тема №16: «Организация и технология продажи товаров с индивидуальным обслуживанием».**

Введение.

1. Понятие розничной торговли.
    - 1.1. Задачи совершенствования процесса продажи в розничной торговле.
    - 1.2. Классификация форм и методов розничной продажи товаров.
  2. Продажа товаров с индивидуальным обслуживанием - метод розничной продажи товаров, его характеристика и особенности организации.
  3. Преимущества и недостатки индивидуального обслуживания.
- Заключение.

### **Тема №17: «Правила продажи товаров в магазине».**

Введение.

1. Основные направления развития розничной торговли
  2. Содержание коммерческой деятельности торгового предприятия.
  3. Продажа товаров, как элемент коммерческой деятельности магазина.
    - 3.1. Правила работы розничного торгового предприятия.
    - 3.2. Основные правила продажи отдельных видов товаров.
    - 3.3. Правила розничной торговли алкогольной продукцией.
- Заключение.

### **Тема №18: «Организация комиссионной торговли непродовольственными товарами».**

Введение.

1. Классификация форм и методов розничной продажи товаров.
2. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами.
3. Договор комиссии, его содержание.

4. Порядок обмена товаров, приобретенных в комиссионном магазине.  
Заключение.

### **Тема№19: «Коммерческая работа в предприятиях розничной торговли».**

Введение.

1. Сущность, роль, содержание и задачи коммерческой работы.
  - 1.1. Понятие и сущность коммерческой работы.
  - 1.2. Развитие коммерческой деятельности в России.
2. Содержание коммерческой работы на предприятиях розничной торговли
  - 2.1. Роль и задачи коммерческой службы.
  - 2.2. Коммерческий риск и способы его уменьшения.
3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.
4. Коммерческая тайна, понятие, объекты, защита.

Заключение.

### **Тема№20: «Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров».**

Введение.

1. Сущность, роль и задачи коммерческой работы по продаже товаров.
2. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров.
3. Организация продажи товаров на оптовых рынках.
4. Организация продажи товаров в магазинах Кеш-энд-керри.

Заключение.

### **Тема№21: «Организация закупки товаров в предприятиях торговли».**

Введение.

1. Сущность, роль и содержание закупочной работы.
2. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупочной работе.
3. Порядок заключения договора поставки, его содержание.
4. Закупка товаров на оптовых ярмарках.
5. Контроль исполнения договоров и хода поставки.

Заключение.

### **Тема№22: «Организация товароснабжения магазинов».**

Введение.

1. Сущность и основные требования, предъявляемые к организации товароснабжения.
2. Каналы товародвижения, функции и структура.
3. Формы товароснабжения и схемы завоза товаров в розничную торговую сеть.
4. Организация и технология завоза товаров в розничные торговые предприятия.

Заключение.

### **Тема№23: «Договор поставки товаров и его роль в организации коммерческой деятельности».**

Введение

1. Общие положения договора купли - продажи
    - 1.1. Понятие договора купли – продажи
    - 1.2. Предмет договора купли – продажи
  2. Общая характеристика прав и обязанностей сторон договора купли-продажи
    - 2.2. Права и обязанности продавца
    - 2.2. Права и обязанности покупателя
- Заключение

**Тема№24: «Оптовые ярмарки, порядок их организации и функционирования».**

Введение

1. Сущность и формы ярмарочной торговли.
  - 1.2. Оптовые ярмарки и их роль в закупках товаров.
  - 1.3. Современная концепция ярмарок.
2. Виды ярмарок.
  - 2.1. Заключение договоров по оптовой ярмарке.

Заключение

**Тема№25: «Организация и технология продажи конкретной группы товаров (на примере продаж товаров по выбору студента)».**

Введение.

1. Сущность розничной продажи товаров.
  - 1.1. Правила работы предприятий розничной торговли.
  - 1.2. Организация информации покупателей в магазинах.
2. Подготовка к продаже товаров (по выбору студента).
3. Правила и особенности продажи ..... товаров (конкретной группы по выбору студента).

Заключение.

**Тема№26: «Ассортимент и качество услуг розничной торговли».**

Введение

1. Ассортимент услуг розничных торговых организаций.
    - 1.1. Понятие услуги и ее роль в современной экономике.
    - 1.2. Роль ассортимента и качества услуг в деятельности торгового предприятия.
- Классификация услуг розничной торговли.
2. Требования к качеству услуг розничной торговли.
  3. Влияние оказываемых услуг на культуру торгового обслуживания покупателей.

Заключение

**Тема№27: «Мерчендайзинг в розничном торговом предприятии».**

Введение.

1. Определение и сущность мерчендайзинга.
  - 1.1. Происхождение и эволюция мерчендайзинга.

- 1.2. Мерчандайзинг и его применение на современном этапе.
  2. Основные правила для создания системы успешного мерчандайзинга.
    - 2.1. Правила управления запасами.
    - 2.2. Правила расположения товара в торговом зале.
    - 2.3. Правила эффективной презентации товаров.
  3. Упаковка и конкурентоспособность товаров в мерчандайзинге.
  4. Организация дополнительных мест продаж.
- Заключение.

### **Тема №28: «Планировка розничных торговых предприятий».**

Введение.

1. Теоретические аспекты планировки розничного торгового предприятия.
    - 1.1. Виды и классификация торговых зданий, требования к торговым зданиям и устройству.
    - 1.2. Состав и взаимосвязь помещений магазина.
  2. Виды планировки торгового зала магазина.
  3. Дизайн современного магазина.
- Заключение.

### **Тема №29: «Сравнительная характеристика магазинов современных форматов».**

Введение.

1. Розничное торговое предприятие – характеристика. Отечественный и зарубежный опыт.
  2. Классификация розничных торговых предприятий
    - 2.1. Типы и виды розничных торговых предприятий в России и за рубежом
    - 2.2. Функции розничных торговых предприятий.
  3. Характеристика магазинов новых форматов.
- Заключение.

### **Тема №30: «Организация и технология продаж в электронной торговле».**

Введение

1. Определение технологии продаж в электронной торговле.
    - 1.1. Отличие технологии продаж в электронной торговле от традиционной торговли.
    - 1.2. Преимущества электронных продаж с позиций продавца и покупателя.
  2. Классификация и виды систем электронных продаж.
  3. Использование электронных продаж на современном этапе.
- Заключение.

### **Тема №31: «Территориальное размещение розничных торговых предприятий».**

Введение

1. Теоретические аспекты размещения торговых предприятий и развития сети

- 1.1 Особенности территориального размещения торговых предприятий
  - 1.2 Особенности размещения торговой сети в России в настоящее время.
  2. Факторы, влияющие на размещение торговых предприятий
  - 2.1. Методы размещения предприятий, выбор места расположения.
  3. Анализ размещения РТП в районах г. Читы (по выбору студента).
- Заключение.

### **Тема №32: «Организация рекламы в розничных торговых предприятиях и ее эффективность».**

Введение.

1. Сущность и значение рекламы в коммерческой деятельности.
2. Правовое обеспечение рекламной деятельности.
3. Классификация и характеристика средств современной рекламы.
4. Рекламная работа в торговом предприятии.
- 4.1. Организация и планирование рекламной работы в торговой организации.
- 4.2. Оценка эффективности рекламной работы торгового предприятия.

Заключение.

### **Тема №33: «Защита прав потребителей».**

Введение

1. Стратегические цели и задачи национальной политики в сфере защиты прав потребителей.
2. Развитие законодательства о защите прав потребителей в РФ.
3. Гражданско-правовые средства защиты прав потребителей.

Заключение

### **Тема №34: «Психология и этика коммерческой деятельности».**

Введение

1. Понятие о профессиональной этике и этикете коммерсанта.
2. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику.
3. Деловой этикет предпринимателя - коммерсанта.
4. Деловые переговоры коммерческого работника с партнерами – торговая беседа.

Заключение

### **Литература**

***Федеральные законы, постановления Правительства и нормативные документы:***

1. Конституция Российской Федерации : офиц. текст. – М. : Приор, 2001. – 27 с.
2. О защите прав потребителей [Текст] : федер. закон от 09.01.1996 г. №2300 – 1 с изменениями и дополнениями ФЗ // Собр. Законодательства РФ. М.: Проспект, 2008 – 48 с.
3. О рекламе [Текст] : федер. закон от 13.03.2006 г. № 38 - ФЗ // Собр. Законодательства РФ. М.: Омега - Л, 2006 – 32 с.

4. О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации [Текст] : федер. закон от 14.06.1995 г. № 88 - ФЗ // Собр. Законодательства РФ. М.: Омега - Л, 2007 – 16 с.

5. Гражданский кодекс Российской Федерации: Части первая, вторая, третья и четвертая [Текст] : федер. закон от 30.11.1994 г. № 51 - ФЗ // Собр. Законодательства РФ. М.: Омега - Л, 2007 – 669 с.

6. Налоговый кодекс Российской Федерации (части первая и вторая): По состоянию на 1 мая 2007 г. [Текст] : федер. закон от 31.07.1998 г. № 147 – ФЗ, федер. закон от 05.08.2000 г. № 118 - ФЗ // Собр. Законодательства РФ. Новосиб.: Сиб. унив. изд - во, 2007 – 704 с.

7. Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли пищевыми продуктами. М.:ИНФРА – М.2002.

8. Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству. № П-6 от 15.06.65. с последующими изменениями и дополнениями.

9. Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству. № П-6 от 15.06.65. с последующими изменениями и дополнениями.

12. ГОСТ Р 51303-99. Торговля. Термины и определения : введ. 1.01.2000. - М. : Изд-во стандартов, 2000. – 14 с.

13. ГОСТ Р 51304-99. Услуги розничной торговли. Общие требования : введ. 1.01.2000. - М. : Изд-во стандартов, 2000. – 20 с.

14. ГОСТ Р 51773-2001. Розничная торговля. Классификация предприятий. введ. 1.01.02. - М. : Изд-во стандартов, 2000. – 24 с.

15. Парций, Я.Е. Комментарий к Закону Российской Федерации «О защите прав потребителей» [Текст] / Я.Е. Парций. – М. : Норма, 2007. – 560 с.

16. Правила продажи отдельных видов товаров. – М.: ООО А – Приор, 2009. – 32 с.

### **Основная**

1.Памбухчиянц, О.В. Организация торговли: учебник / О.В. Памбухчиянц. - М.: Дашков и Ко, 2014. - 294 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-394-02189-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221305> (21.03.2016)

2. Арустамов, Э.А. Техническое оснащение торговых организаций [Текст]: Учеб. / Э.А. Арустамов. - 4-е изд., стереотип. - М.: Академия, 2014. - 208 с. - (Проф. образование). РУМО. - ISBN 978-5-4468-0807-6

3. Иванов, Г.Г. Организация торговли [Текст]: Учеб. / Г.Г.Иванов. - М.: Академия, 2014. - 192 с. – (Профессион. образование). РУМО. - ISBN 978-5-4468-0339-2.

### **Дополнительная**

1.Левкин, Г.Г. Основы коммерции: конспект лекций / Г.Г. Левкин. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 109 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6144-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429521> (26.01.2016).

2. Коробко, В.И. Охрана труда: учебное пособие / В.И. Коробко. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 240 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01826-3; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116766> (09.03.2016) УМО

3. Чкалова, О.В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий [Текст]: Учеб. / О.В. Чкалова. - М.: Форум: Инфра-М, 2015. - 384 с. + Практикум + Приложения. - (Высшее образование: Бакалавриат) РУМО. - ISBN 978-5-91134-804-5.

4. Организация и технология торговли [Текст]: Учеб. пособие. - 4-е изд., стереотип. - М.: Академия, 2014. - 192 с. РУМО. - ISBN 978-5-4468-0490-0.

5. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность [Текст]: Учеб. / Ф.П. Половцева. - 2-е изд. - М.: Инфра-М, 2015. - 224 с. + Приложения. - (Высшее образование: Бакалавриат). РМО. - ISBN 978-5-16-006593-9

#### ***Журналы:***

1. Современная торговля.
2. Российская торговля.
3. Спрос.
4. Торговое оборудование.

#### ***Газеты:***

1. Экономика и жизнь.
2. Российская торговля.
3. Забайкальский рабочий.
4. Ваша реклама.

#### ***Интернет - ресурсы:***

1. <http://minpromtorg.gov.ru/> - Министерство промышленности и торговли России
2. <http://elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека
3. <http://www.znaytovar.ru/> - Товароведение и экспертиза.
4. <http://www.spec-holod.ru/articles/torgtech/> Новинки торгового оборудования. Новые технологии для магазинов.
5. <http://www.rospotrebnadzor.ru/> Роспотребнадзор
6. <http://www.liveretail.ru> – Мы знаем о рознице...
7. <http://www.grandars.ru> – Энциклопедия экономиста
8. <http://www.torglocman.com/> – Торговый лоцман
9. <http://www.retail.ru> – Ритейлеру и поставщику
10. <http://foodmarkets.ru/> - Российский продуктовый портал
11. <http://www.shop-academy.com> – «Shop academy» - организация эффективной торговли
12. <http://standartgost.ru/> - Открытая база ГОСТов
13. <http://www.admin.chita.ru/> - Администрация городского округа «Город Чита»

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ЧИТИНСКИЙ ИНСТИТУТ  
КОЛЛЕДЖ

Допустить к защите  
Преподаватель \_\_\_\_\_  
О.С.Шипицына  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

## КУРСОВАЯ РАБОТА

МДК 01.01. Организация коммерческой деятельности

## ФОРМЫ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

Студент  
группа ЗКД \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
дата сдачи курсовой работы

А.М. Петрова

\_\_\_\_\_  
подпись

Руководитель  
преподаватель

\_\_\_\_\_  
дата проверки курсовой работы

О.С. Шипицына

\_\_\_\_\_  
подпись

Чита, 201 \_\_\_\_

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	2
1. ЗАДАЧИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА ПРОДАЖИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ. КЛАССИФИКАЦИЯ ФОРМ И МЕТОДОВ РОЗНИЧНОЙ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ .....	4
2. ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ РОЗНИЧНОЙ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ, ИХ ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	11
2.1 Самообслуживание .....	11
2.2 Продажа товаров по образцам .....	14
2.3 Продажа с индивидуальным обслуживанием, в том числе с открытой выкладкой .....	17
3. ВНЕМАГАЗИННЫЕ ФОРМЫ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ, ПЕРСПЕКТИВЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РАЗВИТИЯ.....	19
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	23
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	25
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	27