

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



МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ВЫПОЛНЕНИЯ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

МДК 01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем
рынках

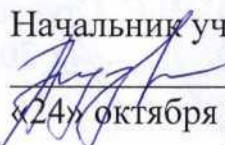
специальность 38.02.08 Торговое дело

Чита 2025

Методические указания по организации выполнения и защиты курсовой работы по МДК 01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Согласовано:

Начальник учебной части колледжа

 В.С. Кузнецова

«24» октября 2025 г.

Принята на заседании методической комиссии

Протокол №2 от «24» октября 2025 г.

Председатель методической комиссии

 Н.В. Илясова

Разработчик О.С. Шипицына преподаватель колледжа

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	4
2.	ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	12
2.1	Порядок выбора темы курсовой работы.....	12
2.2	Порядок подбора литературы для выполнения курсовой работы.....	13
2.3	Структура и содержание курсовой работы.....	14
3.	ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	16
3.1	Общие требования	18
3.2	Правила компьютерного набора текста.....	19
3.3	Оформление списка литературы.....	20
4.	ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРЕ- ЗЕНТАЦИЙ.....	22
5.	ПОРЯДОК ОЦЕНКИ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	24
6.	ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ КУРСОВЫХ РАБОТ.....	25
	ПРИЛОЖЕНИЯ.....	43

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа по междисциплинарному курсу является одним из видов учебных занятий и формой контроля учебной работы студентов. Курсовая работа по МДК 01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках предусмотрена ФГОС СПО базовой подготовки по специальности 38.02.08 Торговое дело. Курсовая работа – завершающий этап изучения междисциплинарного курса, которая выполняется на 1-2 курсе очного отделения и на 2-3 курсе заочного отделения 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 междисциплинарного курса, приобретение навыков самостоятельной работы с теоретическим и практическим материалом, навыков анализа и обобщения практического материала по теме, умений применять теоретические знания в решении практических задач, а также развитие творческой инициативы студентов, их самостоятельности при подборе теоретического материала и изучении практических ситуаций, формирование умений применять теоретические знания при решении поставленных задач, использования справочной и нормативной документации по междисциплинарному курсу. Написание курсовой работы является одним из этапов подготовки к выполнению выпускной квалификационной работы.

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

В результате выполнения курсовой работы по МДК 01.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью на внутреннем и внешнем рынке студент должен

Владеть навыками:

- поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;
- проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;
- обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);
- составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;

- подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;
- проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;
- подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;
- оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;
- мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;
- установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;
- составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов;
- формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;
- составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры;
- осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
- публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);
- публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну;
- организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов;
- направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;
- проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;
- составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);

- документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;
- подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;
- формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;
- обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;
- формирования проекта внешнеторгового контракта;
- осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта;
- подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом;
- подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;
- сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
- разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;
- мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
- документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы;
- подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту;
- выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;
- организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники;
- приемки товаров по количеству и качеству;
- соблюдения правил охраны труда.

Уметь:

- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;
- проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;

- обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;
- анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;
- создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;
- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
- обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.
- применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;
- осуществлять выбор поставщиков;
- оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;
- составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств;
- создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;
- обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность;
- работать в единой информационной системе;
- применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;
- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
- обосновывать начальную (максимальную) цену закупки;
- описывать объект закупки;
- разрабатывать закупочную документацию;
- работать в единой информационной системе;
- взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;
- анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры;

- формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
- проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);
- классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;
- разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках;
- осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта;
- осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;
- подготавливать коммерческие предложения, запросы;
- оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов;
- составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта;
- осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;
- осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;
- осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;
- осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;
- проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;
- осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей);

- использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;
- применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;
- применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;
- управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF;
- оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;
- применять электронный документооборот;
- осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций.
- применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты;
- оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;
- осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;
- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.

В результате выполнения курсовой работы по МДК 01.01 студент должен **знать:**

- методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков;
- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;
- правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;
- структуру и содержание договора поставки, спецификации и сопроводительного письма, критерии поиска и методы отбора поставщиков;
- методы и инструменты работы с базами больших данных;
- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
- законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;
- особенности составления закупочной документации;
- методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта;

- основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки;
- нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность;
- международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;
- международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции;
- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;
- методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках;
- методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках;
- основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;
- документооборот внешнеторговых сделок;
- условия внешнеторгового контракта;
- нормы этики и делового общения с иностранными партнерами;
- правила оформления документации по внешнеторговому контракту;
- порядок документооборота в организации;
- основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности;
- виды торговых структур;
- формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности;
- материально-техническую базу торговли;
- инфраструктуру потребительского рынка;
- средства, методы, инновации в отрасли;
- организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;
- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
- основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли;
- требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность;
- правила торговли;
- количественные и качественные показатели оценки эффективности торговой деятельности.

Выполнение курсовой работы по МДК 01.01 способствует освоению **общих компетенций**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Выполнение курсовой работы по МДК 01.01 способствует освоению **профессиональных компетенций**, соответствующих основным видам профессиональной деятельности:

ВД 1 Организация и осуществление торговой деятельности.

ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий;

ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта;

ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий;

ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение;

ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;

ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий;

При выполнении курсовой работы студенты комплексно используют знания, полученные по другим дисциплинам и МДК. 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.

2. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

2.1 Порядок выбора темы курсовой работы

Каждый студент самостоятельно должен выбрать тему курсовой работы, соответствующую личному и профессиональному интересу. 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 разработать 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.

2.2 Порядок подбора литературы для выполнения курсовой работы

После выбора темы и разработки плана следующим этапом выполнения курсовой работы является подбор литературы.

В процессе выполнения работы студент может использовать учебную, научную и методическую литературу по Организации торгово-сбытовой деятельности, по Организации коммерческой деятельности, использовать интернет - ресурсы. **Использование интернет-источников, содержащих рефераты, курсовые работы и т.д. не допускается!** Большую помощь при написании курсовой работы могут оказать журналы: «Российская торговля», «Современная торговля», сайты Retail.ru.

Необходимо изучить и использовать в работе федеральные и региональные законы, ГОСТы, постановления по вопросам организации торговой деятельности. При работе с литературой должны соблюдаться общепринятые правила библиографического описания источника.

Для подготовки и выполнения курсовой работы рекомендуется использовать ЭБС:

– Электронная библиотечная система IPRbooks – предоставление доступа к сертифицированной электронной библиотечной системе, рекомендованной для учебных заведений <http://iprdooshop.ru/>;

– Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» – предоставление доступа к электронным изданиям, доступ к полнотекстовым удаленным базам данных <http://grebennikon.ru/>;

– ЭБС Профобразование <https://profspo.ru/>.

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

2.3 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;
- библиографический список 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;
- библиографический список 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;
- библиографический список 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 и проведения различных опросов.

Курсовая работа должна иметь четкую внутреннюю структуру и правильное оформление.

Структура курсовой работы:

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Введение.
4. Основная часть.
5. Заключение.
6. Библиографический список литературы.
7. Приложения.

Титульный лист – оформляется по установленному образцу (Приложение 1).

Перенос слов на титульном листе не допускается. Точка в конце предложений не ставится.

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 2).

Введение – раскрывается актуальность и значение темы, дается обоснование выбора, формулируются цели и задачи работы, объект и предмет исследования. Во введении необходимо кратко обозначить методы исследования социально-экономических явлений и процессов в торговле, которые предполагается применять при выполнении курсовой работы. К числу таких методов можно отнести:

- анализ научной и учебной литературы;
- системный анализ и синтез;
- сравнительный анализ;
- анализ показателей, являющихся предметом исследования (указать, каких именно).

Во введении может быть отражена практическая значимость работы, которая состоит, прежде всего, в том, что результаты исследования могут быть рекомендованы к использованию их в организации выработке его ценовой, ассортиментной, финансовой и социальной политики.

Основная часть – посвящена изложению темы.

В основной части курсовой работы реферативного характера глубоко изучается 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; в первой главе раскрываются теоретические основы изучаемой темы во взаимосвязи с современными проблемами торговли в условиях рыночных отношений. В главе освещаются конкретные понятия и определения, раскрывается сущность экономических категорий, их значение в отраслевом воспроизводственном процессе, анализируются существующие теоретические подходы и методы решения поставленных проблем, рассматриваются дискуссионные вопросы на основе изучения трудов отечественных и зарубежных авторов и формируется позиция автора курсовой работы по наиболее важным теоретическим аспектам исследуемой темы.

Второй раздел носит аналитический (практический) характер, и в нем излагаются существующие методы исследования процессов и явлений, присущих внешней и внутренней среде изучаемых объектов.

Заключение курсовой работы должно отражать краткий итог проведенного тематического исследования и включать основные выводы, предложения и рекомендации. В этом разделе следует раскрыть практическое значение и конкретность выдвинутых рекомендаций, которые должны быть логически взаимосвязаны с содержанием и информационными данными предшествующих глав курсовой работы. Все общие положения и формулировки, не имеющие конкретного характера, должны быть исключены.

Заключительная часть курсовой работы должна быть достаточно краткой и тщательно отредактированной. Общий объем заключения должен составлять 1-2 страниц.

Библиографический 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.).

Обязательным при написании курсовой работы является выполнение мультимедийной презентации.

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

3. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

3.1 Общие требования

Курсовая работа оформляется в соответствии с требованиями ЕСТД и ЕСКД на листах формата А4 (210×297 мм), на одной стороне листа, которые должны быть сброшюрованы в следующей последовательности: титульный лист, содержание (план), введение, основное содержание (текст) курсовой работы, библиографический список литературы, приложения.

Общий объем курсовой работы должен составлять 28–30 страниц печатного текста, не считая приложений.

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: верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм, левое – 20 мм правое – 10 мм. 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 слов «авто» выставляется обязательно.

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

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.

Приложения оформляются как продолжение курсовой работы на последующих листах, но в 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 справа слова «Приложение» и его номера. Приложения должны иметь заголовок, который записывается симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

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

Заголовки и подзаголовки

Заголовки разделов должны быть краткими, пишутся ПРОПИСНЫМИ буквами без точки в конце. Текст заголовка печатается гарнитурой Times New Roman, кегль – 14 пт., начертание обычное, междустрочный интервал одинарный, интервал перед – 6 пт., интервал после – 6 пт., абзацный отступ (отступ первой строки) – 0 мм, выравнивание по центру.

Текст подзаголовка печатается гарнитурой Times New Roman, кегль – 14 пт., начертание обычное, междустрочный интервал одинарный, интервал перед – 6 пт.,

интервал после – 6 пт., абзацный отступ (отступ первой строки) – 0 мм, выравнивание по центру.

При наборе заголовков 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).

- 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 – 6 пт., интервал после – 6 пт.);

- 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: !, ?, ... и т.д.

- 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 одинарный.

3.2 Правила компьютерного набора текста

Работа печатается с использованием компьютера в текстовом редакторе Microsoft Word при соблюдении следующих требований.

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 (Ctrl–Alt–пробел);

- слова, заключенные в кавычки или скобки, не отделяются от них пробелами, например, (таблица 1);

- 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: м²;

- 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, денежно-кредитная, 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). В работе могут использоваться маркеры только одного вида, тире (–).

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. 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.

Пример,

$$C=AxB \quad (1)$$

Формулы могут набираться с помощью редактора Microsoft Equation, шрифт Times New Roman, Кегль – 14 пт., начертание – курсив.

Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц работы.

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. 1. 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.

Таблица 2

Характеристика типов розничных торговых предприятий

Вид	Тип	Торговая площадь (м ²)	Ассортимент	Форма торгового обслуживания
Универсальные	Гипермаркет	От 4000		
Специализированные				
Неспециализированные				

«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.

3.3 Оформление списка литературы

В конце работы дается **библиографический список литературы** в следующей последовательности:

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

В списке каждому литературному источнику присваивается номер, указывается фамилия автора (в именительном падеже), 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 (части 1 и 2). Федеральные законы от 30.11.94 № 51-ФЗ, от 26.01.96 № 14-ФЗ (с изм. и доп.) – М.: ЭКСМО, 2024. – 672 с.

Описание книги с указанием авторов

1. 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», 2024. – 445с.

2. Пахомова, Н. Г. Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля: учебное пособие для СПО / Н. Г. Пахомова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов: Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2024. — 89 с.

Описание журнальной статьи

Астелина В. В., Бондарчук П. К. Оценка деловой репутации банка // Деньги и кредит. – 2022. - № 12. – С.16-23.

Библиографические ссылки 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

1. 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)
2. О защите конкуренции: Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ (с изм.и доп.) [Электронный ресурс]. - URL: [http:// www.garant.ru](http://www.garant.ru)

4. 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 курсовой работы;
- 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).

Презентация должна содержать от 5 и не более 15 слайдов. Презентация с большим объемом слайдов не воспринимается слушателями.

Предпочтительно горизонтальное расположение информации. Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Используйте короткие слова и предложения. Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных. Заголовки должны привлекать внимание аудитории.

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.

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.

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 анимации объектов соответствует структуре курсовой работы. В остальных случаях использование анимации не допускается.

Шрифт заголовков не менее 24, выравнивание по центру. Для основного текста размер шрифта 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 пт. Таблицы и диаграммы размещаются на светлом или белом фоне.

Для обеспечения разнообразия следует использовать различные виды слайдов:

- текстовые;
- содержащие таблицы;
- содержащие диаграммы (рисунки, фото и т. п.).

Презентация **не должна** содержать слайд с информацией следующего вида: «Спасибо за внимание», «Конец», «The end», «Happy end».

5. ПОРЯДОК ОЦЕНКИ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполненная курсовая работа сдается преподавателю на проверку. Зарегистрированная 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 зачитываются 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, представить мультимедийную презентацию.

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, отсутствует презентация и др. Такая курсовая работа подлежит переработки с учетом требований и рекомендаций преподавателя и представлению на рецензию, вместе с неудовлетворительной. Оценка за курсовую работу выставляется в зачетную книжку студента.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Виды покупательского спроса и методы его изучения в коммерческой деятельности
2. Понятие и виды товарных рынков
3. Комплексное исследование рынка как основа информационного обеспечения коммерческой деятельности
4. Определение конкурентных преимуществ торговой организации на товарном рынке.
5. Особенности и содержание внешнеторгового контракта
6. Инкотермс: сфера действия, особенности и сравнительная характеристика базисных условий поставки
7. Коммерческая деятельность на маркетплейсах
8. Роль товарных знаков в коммерческой деятельности
9. Организация торгово-технологического процесса в розничных торговых предприятиях
10. Коммерческие риски в торговой деятельности и пути их снижения
11. Розничные торговые сети и перспективы их развития
12. Анализ розничной торговли: сущность, функции и тенденции развития в России.
13. Отраслевые особенности коммерческой деятельности в сфере оптовой торговли
14. Отраслевые особенности коммерческой деятельности в сфере розничной торговли
14. Электронная коммерция как прогрессивная форма развития торговли
15. Формирование ассортимента товаров и управление товарными запасами
16. Анализ влияния факторов внешней среды предприятия на развитие коммерческой деятельности
17. Анализ влияния факторов внутренней среды предприятия на развитие коммерческой деятельности
18. Методы стимулирования сбыта в розничной торговле как инструмент коммерческой деятельности
19. Организация хозяйственных связей в торговле
20. Деловой этикет и его роль в коммерческой деятельности
21. Поиск поставщиков и договорная работа в коммерческой деятельности
22. Организация рекламной работы в розничных торговых предприятиях и ее эффективность
23. Организация работы оптовых ярмарок и выставок.
24. Инновационные технологии в сфере торговли как фактор повышения конкурентоспособности коммерческой организации
25. Франчайзинг как направление развития торгового бизнеса

26. Развитие коммерческого предприятия в эпоху цифровой трансформации
27. Собственная торговая марка как инструмент коммерческой деятельности торговой сети
28. Мерчандайзинг в розничном торговом предприятии и его эффективность
29. Виды услуг торговли и требования к их качеству
30. Состояние и перспективы развития вендинговой торговли
31. Интерьер и рекламно-информационное оформление магазина
32. Защита прав потребителей
33. Правила продажи товаров
34. Особенности торговой деятельности в сфере малого бизнеса
35. Влияние цифровых технологий на результаты коммерческой деятельности торгового предприятия

Примерные планы курсовых работ

ТЕМА 1. ВИДЫ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА И МЕТОДЫ ЕГО ИЗУЧЕНИЯ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ВВЕДЕНИЕ

1. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС: ПОНЯТИЕ И ВИДЫ

- 1.1 Определение потребительского спроса
- 1.2 Классификация потребительского спроса
- 1.3 Факторы, влияющие на изменение спроса
- 1.4 Виды потребительского спроса

2. МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА

- 2.1 Методы изучения и прогнозирования спроса
- 2.2 Современные тенденции в изучении спроса

3. ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ИЗУЧЕНИЯ СПРОСА В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 2. ПОНЯТИЕ И ВИДЫ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ

ВВЕДЕНИЕ

1. РЫНОК И ЕГО СУЩНОСТЬ

- 1.1 Основные понятия рынка, его виды и типы
- 1.2 Функции рынка
- 1.3 Особенности регулирования рыночных отношений

2. СТРУКТУРА РЫНКА

- 2.1 Понятие структуры рынка
- 2.2 Классификация структуры рынка

3. Инфраструктура рынка

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА ТОВАРНОМ РЫНКЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Понятия и виды конкурентоспособности

1.2 Факторы, влияющие на конкурентоспособность организации

2. ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В РФ

2.1 Выбор стратегических направлений и их роль в улучшении конкурентоспособности предприятия

2.2 Процесс реализации конкурентных стратегий и оценка результатов

3. ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОНКРЕТНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 4. ОСОБЕННОСТИ И СОДЕРЖАНИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОГО КОНТРАКТА

ВВЕДЕНИЕ

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ КОНТРАКТОВ

1.1 Сущность внешнеторгового контракта

1.2 Содержание внешнеторгового контракта

1.3 Структура внешнеэкономического контракта

2. АНАЛИЗ ПРОЦЕДУРЫ ПОДГОТОВКИ И ИСПОЛНЕНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОГО КОНТРАКТА

2.1 Выбор канала сбыта и контрагента

2.2 Подготовка коммерческих запросов и предложений

2.3 Особенности проведения деловых переговоров

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 5. ИНКОТЕРМС: СФЕРА ДЕЙСТВИЯ, ОСОБЕННОСТИ И СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА БАЗИСНЫХ УСЛОВИЙ ПОСТАВКИ

ВВЕДЕНИЕ

1. ПОНЯТИЕ «ИНКОТЕРМС 2020»

1.1 История создания Международных правил «Инкотермс»

1.2 Характеристика терминов Инкотермс 2020

1.3 Категории «Инкотермс»

2. ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ ЗАКЛЮЧЕНИИ КОНТРАКТА

2.1 Момент перехода права собственности на товар по контракту Инкотермс: налоговые риски и налоговые последствия

3. Основные изменения в «Инкотермс 2020»

3.1 Порядок использования правил «Инкотермс 2020»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 6. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

ВВЕДЕНИЕ

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ИССЛЕДОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

1.1 Понятие и сущность электронной торговли

1.2 Типы и формы электронной коммерции

1.3 Особенности электронной торговли. Ее преимущества и недостатки

2 ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ МАГАЗИНА... В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2.1Анализ потребительской привлекательности интернет магазина....

2.2 Перспективы развития интернет магазина....

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 7. РОЛЬ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1 ТОВАРНЫЙ ЗНАК И ЕГО НАЗНАЧЕНИЕ

1.1 Понятие товарного знака

1.2 Основные функции товарного знака

2 ВИДЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ И ИХ ПРЕИМУЩЕСТВА

2.1 Характеристика товарных знаков

2.2 Регистрация и защита товарного знака

2.3 Оценка восприятия потребителями товарной марки.....

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 8. ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

ВВЕДЕНИЕ

1.ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА В МАГАЗИНЕ

1.1 Понятие, принципы торгово-технологического процесса

1.2 Организация приемки товаров в магазине

1.3 Организация хранения товаров в магазине

1.4 Подготовка товаров к продаже

1.5 Размещение и выкладка товаров в торговом зале

2. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ

2.1 Формы продажи товаров

2.2 Оказание услуг в торговых предприятиях

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 9. КОММЕРЧЕСКИЕ РИСКИ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПУТИ ИХ СНИЖЕНИЯ

ВВЕДЕНИЕ

1. РИСКИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭЛЕМЕНТ В СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВЛЕ

1.1. Понятие и порядок формирования рисков в сфере торговли

1.2. Классификация коммерческих рисков.

1.3 Источники и факторы риска

2. МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИМ РИСКОМ

2.1. Методы выявления коммерческого риска

2.2 Методы снижения коммерческого риска

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 10. РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ РАЗВИТИЯ

ВВЕДЕНИЕ

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РОЗНИЧНОЙ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ

1.1. Состояние развития розничных сетей

1.2. Форматы сетевых магазинов

2.ОРГАНИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

2.1 Анализ состояния сетевой розничной торговли в России

2.2 Розничные торговые сети г. Чита

2. 3 Развитие розничной торговой сети на примере «Пятерочки»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 11. АНАЛИЗ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ: СУЩНОСТЬ, ФУНКЦИИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

ВВЕДЕНИЕ

1. РОЛЬ, ФУНКЦИИ И ЗАДАЧИ ТОРГОВЛИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

1.1 Цель и задачи развития торговли. Комфортная потребительская среда

1.2 Современное состояние торговли в России

2. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

2.1 Развитие торговых сетей и автоматизированной торговли

2.2 Развитие ярмарок, фестивалей и иных торговых праздничных мероприятий

2.3 Развитие сезонной и разносной торговли

3. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 12. ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

ВВЕДЕНИЕ

1. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ

1.1. Понятие и характеристика коммерческой деятельности

1.2. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле

1.3. Виды и типы предприятий оптовой торговли, их задачи и функции

2. ОРГАНИЗАЦИЯ ОПТОВОЙ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

2.1. Методы оптовой продажи товаров

2.2. Направления оптимизации коммерческой деятельности в оптовой торговле

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 13. ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

1. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

1.1. Понятие и характеристика коммерческой деятельности

1.2. Особенности коммерческой деятельности в розничной торговле

1.3. Типы предприятий розничной торговли, их задачи и функции

2. ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

2.1. Методы розничной продажи товаров

2.2. Направления оптимизации коммерческой деятельности в розничной тор-

говле

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 14. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ КАК ПРОГРЕССИВНАЯ ФОРМА РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

ВВЕДЕНИЕ

1. Теоретические основы развития электронной торговли

1.1. Сущность электронной коммерции

1.2. История и этапы становления электронной коммерции

1.3. Преимущества и недостатки электронной коммерции

2. СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОН-

НОЙ ТОРГОВЛИ

2.1. Анализ развития электронной торговли в России

2.2. Проблемы и перспективы развития электронной торговли в России

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 15. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА И УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ

1.1. Понятие ассортимента и виды ассортимента товаров

1.2. Основные факторы и принципы формирования торгового ассортимента в магазине

1.3. Понятие товарных запасов и управления ими в магазине

1.4. Нормирование товарных запасов

2. СОСТОЯНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА И УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ НА КОНКРЕТНОМ ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

2.1. Оценка деятельности по формированию торгового ассортимента

2.3. Анализ состояния товарных запасов и показателей их использования

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 16. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РАЗВИТИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ВВЕДЕНИЕ

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА КОММЕРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

1.1 Определение внешней среды предприятия

1.2 Факторы внешней среды предприятия

1.3 Влияние внешней среды на торговое предприятие

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

2.1 Экономические факторы внешней среды

2.2 Политические факторы внешней среды

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 17. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РАЗВИТИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ВВЕДЕНИЕ

1.1 Определение внутренней среды предприятия

1.2 Факторы внутренней среды предприятия

1.3 Влияние внутренней среды на развитие торгового предприятия

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ФАКТОРОВ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1 Организационная структура предприятия

2.2 Корпоративная культура торгового предприятия

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 18. МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ КАК ИНСТРУМЕНТ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ВВЕДЕНИЕ

СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Понятие стимулирования сбыта

1.2 Объекты и типы стимулирования

1.3 Роль стимулирования сбыта в коммерческой деятельности

2. КОМПЛЕКСНАЯ ПРОГРАММА СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА

2.1 Выбор методов и средств стимулирования сбыта

2.2 Коммерческая работа по стимулированию сбыта на примере розничной торговой сети...

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 19. ОРГАНИЗАЦИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ В ТОРГОВЛЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. СУЩНОСТЬ И ПОРЯДОК РЕГУЛИРОВАНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ В ТОРГОВЛЕ

1.1 Понятие и особенности хозяйственных связей в торговле

1.2 правовое регулирование организации хозяйственных связей в торговле

1.3 Этапы функционирования хозяйственных связей в торговле

2. Прямые хозяйственные связи в торговле и их эффективность

3. Порядок заключения и расторжения договора поставки

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 20. ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ И ЕГО РОЛЬ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ВВЕДЕНИЕ

1. СПЕЦИФИКА ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Понятие делового этикета

1.2 Правила и приемы делового общения на официальных мероприятиях коммерческих организаций

1.3 Дресс-код как успех коммерческой сделки

2. ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ СОВРЕМЕННОГО КОММЕРСАНТА И ЕГО РОЛЬ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1 Деловой этикет коммерсанта

2.2 Эстетика трудового процесса

2.3 Деловой этикет современного коммерсанта

3. КОДЕКС ДЕЛОВОГО ПОВЕДЕНИЯ КОМПАНИИ.....

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 21. ПОИСК ПОСТАВЩИКОВ И ДОГОВОРНАЯ РАБОТА В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ВВЕДЕНИЕ

1. ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ДОГОВОРНОЙ РАБОТЫ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Значение и этапы поиска поставщиков

1.2 Характеристика договорной работы

1.3 Оценка и выбор поставщиков

2. Характеристика различных видов поставщиков

3. Использование современных технологий в поиске поставщиков

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 22. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ РАБОТЫ В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ И ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

ВВЕДЕНИЕ

1. РЕКЛАМА В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Сущность и значение рекламы в коммерческой деятельности

1.2. Правовое регулирование рекламной деятельности

2. КЛАССИФИКАЦИЯ И ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДСТВ РЕКЛАМЫ

3. РЕКЛАМНАЯ РАБОТА В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ)

4. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 23. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОПТОВЫХ ЯРМАРОК И ВЫСТАВОК

ВВЕДЕНИЕ

1. СУЩНОСТЬ И ФОРМЫ ЯРМАРОЧНОЙ ТОРГОВЛИ

1.1. История проведения ярмарок

1.2. Оптовые ярмарки и их роль в закупках товаров

2. ВИДЫ ОПТОВЫХ ЯРМАРОК

2.1 Характеристика оптовых ярмарок

2.2 Организация работы оптовой ярмарки

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРОВ ПО ОПТОВОЙ ЯРМАРКЕ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

24. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

ВВЕДЕНИЕ

1. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

1.1 Инновационные технологии, применяемые на современном этапе

1.2 Выявление основных трендов инновационных технологий

2. ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1 Анализ влияния инноваций на конкурентоспособность торгового предприятия

2.2 Факторы успеха внедрения инновационных технологий

2.3 Кейсы успешных компаний

2.4 Препятствия при внедрении инноваций

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 25. ФРАНЧАЙЗИНГ КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОГО БИЗНЕСА

ВВЕДЕНИЕ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА

1.1 Значение и сущность франчайзинга

1.2 Правовое регулирование применения франчайзинга в РФ

1.3 Классификация и виды франчайзинга

1.4 Развитие франчайзинга в РФ на современном этапе

2. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РФ

2.1 Развитие франчайзинга в РФ на современном этапе

2.2 Характеристика торгового предприятия.....

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 26. РАЗВИТИЕ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

ВВЕДЕНИЕ

1. ОСНОВЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

1.1 Введение в цифровую трансформацию

1.2 Влияние цифровой трансформации на коммерческие процессы

2. ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ РФ

2.1 Тенденции внедрения цифровой трансформации на российском рынке

2.2 Практика внедрения цифровой трансформации в различных компаниях

3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВНЕДРЕНИЮ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 27. СОБСТВЕННАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА КАК ИНСТРУМЕНТ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОЙ СЕТИ

ВВЕДЕНИЕ

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК

1.1 Понятие и виды собственных торговых марок

1.2 История появления и развития собственных торговых марок

1.3 Достоинства и недостатки собственных торговых марок

2. АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ

2.1 Собственные торговые марки в России

2.2 Собственные торговые марки в торговых сетях г. Чита

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 28. МЕРЧАНДАЙЗИНГ В РОЗНИЧНОМ ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ И ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТЬ

ВВЕДЕНИЕ

1. СУЩНОСТЬ МЕРЧАНДАЙЗИНГА

1.1. Происхождение и эволюция мерчандайзинга

1.2. Мерчандайзинг и его применение на современном этапе

2. ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ДЛЯ СОЗДАНИЯ СИСТЕМЫ УСПЕШНОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА

- 2.1. Правила создания эффективного запаса
 - 2.2. Правила расположения товара в торговом зале
 - 2.3. Правила эффективного представления товаров
- ### 3. МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ МЕРЧАНДАЙЗИНГА

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 29. ВИДЫ УСЛУГ ТОРГОВЛИ И ТРЕБОВАНИЯ К ИХ КАЧЕСТВУ

ВВЕДЕНИЕ

1. ПОНЯТИЕ УСЛУГИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

- 1.1. Реализация товаров – основная услуга розничной торговли
- 1.2. Классификация и виды дополнительных услуг в розничной торговле

2. ТРЕБОВАНИЯ К КАЧЕСТВУ УСЛУГ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

3. МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ УСЛУГ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

4. КАЧЕСТВО ОКАЗЫВАЕМЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 30. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЕНДИНГОВОЙ ТОРГОВЛИ

ВВЕДЕНИЕ

1. ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, ЗНАЧЕНИЕ ВЕНДИНГА В СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВЛЕ

- 1.1 Понятие и история развития вендинговой торговли
- 1.2 Преимущества и недостатки вендинговой торговли
- 1.3 Устройство и виды торговых автоматов

2. СОСТОЯНИЕ ВЕНДИНГОВОЙ ТОРГОВЛИ РФ

- 2.1 Государственное регулирование вендинга
- 2.2 Особенности организации вендинговой торговли
- 2.3 Перспективы развития вендинговой торговли

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 31. ИНТЕРЬЕР И РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ МАГАЗИНА

ВВЕДЕНИЕ

1. ИНТЕРЬЕР МАГАЗИНА КАК ИНСТРУМЕНТ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА

2. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ И ИНТЕРЬЕР МАГАЗИНА

- 2.1. Значение и основные элементы фирменного стиля магазина
- 2.2. Требования к созданию интерьера магазина

2.3. Выкладка товаров как элемент интерьера магазина

3. РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ МАГАЗИНА

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 32. ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ВВЕДЕНИЕ

1. НАЦИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ЗАКОНА РФ «О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

2.1. Основные понятия закона

2.2. Права потребителя, установленные законом

3. ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЯ И ОБЯЗАННОСТИ ПРОДАВЦА ПРИ ОБНАРУЖЕНИИ В ТОВАРЕ НЕДОСТАТКОВ

4. ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЯ НА ОБМЕН ТОВАРА НАДЛЕЖАЩЕГО КАЧЕСТВА

5. ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ДИСТАНЦИОННОЙ ПРОДАЖЕ ТОВАРОВ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 33. ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

ВВЕДЕНИЕ

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

1.1 Понятие и особенности коммерческой деятельности

1.2 Понятие и сущность малого бизнеса

1.3 Преимущества и недостатки малого бизнеса

2. РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

2.1 Государственное регулирование сферы малого бизнеса в России

2.2 Проблемы развития малого бизнеса

2.3 Перспективы развития малого бизнеса в России

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 34. ПРАВИЛА ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

ВВЕДЕНИЕ

1. КАЧЕСТВО ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

1.1. Понятие и показатели качества торгового обслуживания

1.2. Культура торгового обслуживания

2. ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

2.1. Правила продажи товаров по договору розничной купли-продажи

2.2. Правила розничной торговли алкогольной продукцией

2.3. Правила продажи товаров дистанционным способом

3. СОБЛЮДЕНИЕ ПРАВИЛ ТОРГОВЛИ, КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕМА 35. ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РЕЗУЛЬТАТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

ВВЕДЕНИЕ

1.ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ И ОЦЕНКА ЕЁ ВЛИЯНИЯ НА КОММЕРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

1.1. Понятие и значение цифровой трансформации

1.2. Специфические особенности цифровой трансформации предприятий розничной торговли

2.ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КАК НЕОТЪЕМЛЕМОЕ УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

3. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ПРИМЕРЕ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ЛИТЕРАТУРА

Федеральные законы и нормативные акты

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ КОНВЕНЦИЯ от 11 апреля 1980 года «О договорах международной купли-продажи товаров»
2. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (последняя редакция.)
3. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) «О рекламе»
4. Гражданский кодекс Российской Федерации часть первая от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ, часть вторая от 26 января 1996 г. N 14-ФЗ, часть третья от 26 ноября 2001 г.
5. Федеральный закон "Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности" от 08.12.2003 N 164-ФЗ (последняя редакция)
6. Сборник торговых терминов Инкотермс 2020
7. Решение Комиссии Таможенного союза от 20.05.2010 N 257 (ред. от 25.06.2024) "О форме декларации на товары и порядке ее заполнения" (вместе с "Порядком заполнения декларации на товары") (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2025)
8. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (последняя редакция) «О защите прав потребителей»
9. Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 20.11.2020 № 36 «Об утверждении санитарно-эпидемиологических правил СП 2.3.6.3668-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к условиям деятельности торговых объектов и рынков, реализующих пищевую продукцию» (Зарегистрирован 18.12.2020 № 61572)
10. Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству (утв. постановлением Госарбитража СССР от 15.06.1965 N П-6) (ред. от 23.07.1975, с изм. от 22.10.1997)
11. Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству (утв. Постановлением Госарбитража СССР от 25.04.1966 N П-7) (ред. от 23.07.1975, с изм. от 22.10.1997)
12. Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, Перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и Перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации» от 31.12.2020 №2463

Основная литература

1. Пахомова, Н. Г. Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля : учебное пособие для СПО / Н. Г. Пахомова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 89 с. — ISBN 978-5-00175-118-2, 978-5-4488-1518-8. — Текст : электронный

// Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/121367> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Круглова, И. А. Мировая экономика и международные экономические отношения. В 3 частях. Ч.2. Международная торговля : учебно-методическое пособие / И. А. Круглова. — 2-е изд. — Санкт-Петербург : Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, 2023. — 104 с. — ISBN 978-5-4228-0145-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/135970.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Евдокимов, О. Г. Основы маркетинга : учебное пособие / О. Г. Евдокимов, Ж. В. Смирнова. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 236 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115863.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Гончарова, А. В. Технологии продаж : учебное пособие / А. В. Гончарова, И. Е. Отвагина. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИИХ», 2021. — 140 с. — ISBN 978-5-7014-1030-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126991.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/126991>

5. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2022. — 133 с. — ISBN 978-5-394-04593-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137773.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Панова, А. К. Планирование и эффективная организация продаж : практическое пособие / А. К. Панова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 190 с. — ISBN 978-5-394-04209-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102276.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Ладыженская, Т. П. Управление государственными закупками и контрактами : учебное пособие / Т. П. Ладыженская. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 96 с. — ISBN 978-5-4497-2181-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/130046.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/130046>

8. Ладыженская, Т. П. Управление государственными закупками и контрактами : практикум / Т. П. Ладыженская. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 109 с. — ISBN 978-5-4497-2179-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/130047.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/130047>

9. Зимовец, А. В. Управление закупками : учебное пособие / А. В. Зимовец, А. В. Ханина. — Таганрог : Таганрогский институт управления и экономики, 2021. — 80 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART :

[сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/130732.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/130732>

Дополнительные источники:

1. Каратаева, О. Г. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / О. Г. Каратаева, О. С. Гаврилова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 111 с. — ISBN 978-5-4497-3813-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/144366.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Автоматизация деятельности предприятия розничной торговли с использованием информационной системы Microsoft Dynamics NAV : учебное пособие / В. И. Грекул, Н. Л. Коровкина, Д. А. Богословцев, Н. Н. Синайская. — 4-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 229 с. — ISBN 978-5-4497-2495-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/133915.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Евдокимов, О. Г. Основы маркетинга в торговом деле : учебно-методическое пособие / О. Г. Евдокимов, Ж. В. Смирнова. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 119 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115861.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Пахомова, Н. Г. Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля : учебное пособие / Н. Г. Пахомова. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 89 с. — ISBN 978-5-00175-069-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116164.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Шарова, С. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: практикум : учебно-методическое пособие по выполнению практических заданий для студентов очной формы обучения направления подготовки 38.03.01 «Экономика» / С. В. Шарова. — 2-е изд. — Москва : Научный консультант, 2024. — 48 с. — ISBN 978-5-907196-90-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140230.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Дрёмова, Ю. Г. Управление продажами: практические ситуации для анализа : учебное пособие для студентов направления подготовки 38.04.02. «Менеджмент» / Ю. Г. Дрёмова, А. А. Букова. — 2-е изд. — Москва : Научный консультант, 2024. — 60 с. — ISBN 978-5-6040573-4-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140456.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Жданова, Т. С. «Ленивый» маркетинг. Принципы пассивных продаж / Т. С. Жданова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 147 с. —

ISBN 978-5-394-04005-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99366.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2022. — 133 с. — ISBN 978-5-394-04593-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137773.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

9. Саяпина, Н. Н. Управление продажами недвижимости : учебное пособие / Н. Н. Саяпина. — Омск : Омский государственный технический университет, 2022. — 97 с. — ISBN 978-5-8149-3523-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131235.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

10. Жданова, Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2022. — 183 с. — ISBN 978-5-394-04607-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137771.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

11. Белокрылов, К. А. Государственные закупки высокотехнологичной продукции: проблемные зоны и перспективы : монография / К. А. Белокрылов, А. С. Нецименко ; под редакцией О. С. Белокрыловой. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2023. — 110 с. — ISBN 978-5-9275-4584-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/141412.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

12. Чмут, Г. А. Финансовый механизм государственных и муниципальных закупок : учебно-методическое пособие / Г. А. Чмут. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 75 с. — ISBN 978-5-4497-1781-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/123544.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/123544>

13. Соколов, А. С. Совершенствование антикоррупционных мер в сфере закупок для государственных и муниципальных нужд : монография / А. С. Соколов, И. Н. Осипова. — Саратов : Вузовское образование, 2022. — 80 с. — ISBN 978-5-4487-0618-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111592.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

14. Фадеева, Т. В. Организационное обеспечение закупочной и сбытовой деятельности : учебное пособие / Т. В. Фадеева. — Омск : Омский государственный технический университет, 2023. — 82 с. — ISBN 978-5-8149-3677-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140846.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

15. Калинина, И. А. Правовое регулирование торговой и закупочной деятельности : учебное пособие / И. А. Калинина. — Тамбов : Тамбовский государственный

технический университет, ЭБС АСВ, 2024. — 81 с. — ISBN 978-5-8265-2804-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145336.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Интернет - ресурсы:

1. <https://minpromtorg.gov.ru/>- официальный сайт Министерства промышленности и торговли Российской Федерации
2. <http://www.rospotrebnadzor.ru/> - официальный сайт Роспотребнадзора
3. <https://standartgost.ru/> - Открытая база ГОСТов
4. www.retail.ru/ - Все о розничной торговле
5. <http://www.opt.ru/> - Портал оптовой торговли

Приложение 1
Образец титульного листа

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

Допустить к защите
Преподаватель _____
(Ф.И.О. преподавателя)
« ____ » _____ 20 ____ г.

КУРСОВАЯ РАБОТА

МДК 01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и
внешнем рынках
специальность 38.02.08 Торговое дело

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Студент группа
ТД __-__

Подпись

Ф.И.О. студента

дата

Руководитель преподава-
тель

Подпись

О.С. Шипицына

дата

Чита, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕ- НИЕ.....	3
1. РОЛЬ, ФУНКЦИИ И ЗАДАЧИ ТОРГОВЛИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕ- СТВЕ.....	5
1.1 Цель и задачи развития торговли. Комфортная потребительская среда.....	5
1.2 Современное состояние торговли в России.....	8
2. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ.....	10
2.1 Развитие торговых сетей.....	10
2.2 Развитие торговых и торгово-развлекательных центров (комплек- сов).....	16
2.3 Развитие автоматизированной торговли (вейдинга).....	18
2.4 Развитие ярмарок, фестивалей и иных торговых праздничных ме- роприятий.....	19
2.5 Развитие сезонной и разносной торговли.....	21
3. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ.....	23
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	28
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	29
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	30