

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Курганский государственный университет»

Кафедра «Таможенное дело и коммерция»

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Методические указания
для выполнения курсовой работы
для студентов направления 100700.62 (38.03.06) «Торговое дело»

Курган 2015

Кафедра: «Таможенное дело и коммерция»
Дисциплина: «Коммерческая деятельность»
(направление 100700.62, 38.03.06)
Составила: ст. преподаватель И.Ю. Аракелян.

Утверждены на заседании кафедры «20» апреля 2015 г.
Рекомендованы методическим советом университета «19» декабря 2014 г.

Введение

Рост актуальности коммерческой деятельности как самостоятельной научной дисциплины в России обусловлен трансформациями, происходящими в экономике страны в последние десятилетия. Усиление конкурентной борьбы за потребителя предъявляет растущие требования к специалистам в области маркетинга, коммерции, логистики. В связи с этим, знание теоретических основ коммерческой деятельности и умение применять их на практике необходимы современным специалистам в области коммерции и всем тем, кто стремится к успешной деятельности.

Именно поэтому в целях повышения профессионального уровня подготовки бакалавров направления 100700.62, 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Коммерция» предусматривается написание курсовой работы по дисциплине «Коммерческая деятельность».

Целью выполнения настоящей курсовой работы является углубление теоретических знаний и представлений о коммерции как о специфической системе организации процессов производства и реализации продукции; формирование познавательных и исследовательских навыков; а также обучение практическим навыкам ведения коммерческой деятельности.

Цель предлагаемых методических указаний – помощь в организации работы студента над курсовой работой наиболее эффективным способом, обеспечивающим глубокую проработку и усвоение теоретических знаний по выбранной проблеме на основе ознакомления с опубликованными научными работами, статьями, монографиями; анализ практического опыта использования отдельных средств, методов и инструментов коммерческой деятельности современных предприятий и их логичное изложение в курсовой работе.

1 Рекомендации по выбору темы курсовой работы и процессу её выполнения

Тема курсовой работы выбирается студентом самостоятельно из примерной тематики, предложенной в методических указаниях, и обязательно согласовывается и утверждается вместе с планом работы с преподавателем, ведущим курс лекций по дисциплине «Коммерческая деятельность».

Тема курсовой работы должна соответствовать профессиональным и научным интересам студента в сфере коммерции, маркетинга, потребительского рынка или профилю его работы. Это позволит изложить не только теоретические аспекты выбранной темы, но и практические вопросы, касающиеся коммерческой деятельности действующей организации.

В процессе выполнения курсовой работы студент обязан постоянно информировать руководителя о ходе её подготовки, консультироваться по всем возникающим вопросам, ставить в известность при каких-либо возможных отклонениях от утвержденных сроков.

После набора и распечатки текста курсовую работу следует тщательно вычитать. Все ошибки и опечатки необходимо исправить до представления работы руководителю. Следует помнить, что руководитель выполняет консультационную и контролирующую функцию и не должен выполнять редакционные функции, а также поправлять возможные теоретические и методологические ошибки.

Главными критериями выставления оценки за работу являются:

- 1) актуальность темы;
- 2) соответствие структуры работы ее целям и задачам;
- 3) логичность, последовательность и аргументированность изложения;
- 4) использование системы экономических показателей в оценке деятельности предприятия;
- 5) объем, количество и состав используемых литературных и справочных источников;
- 6) степень самостоятельности в разработке темы и обоснованности выводов.

2 Основные этапы выполнения курсовой работы

Успешное выполнение курсовой работы во многом зависит от полного соблюдения установленных сроков и последовательности выполнения отдельных этапов.

Этапы работы включают в себя:

- 1) выбор темы курсовой работы;
- 2) подбор и первоначальное ознакомление с литературой по избранной теме;
- 3) составление и утверждение плана курсовой работы;
- 4) глубокая и тщательная проработка литературных источников по избранной теме, интернет-ресурсов, журнальных статей и другого материала;
- 5) сбор и обработка фактических данных, их систематизация и обобщение в сочетании с материалами литературных источников;
- 6) написание чернового варианта курсовой работы;

7) самостоятельное исправление стилистических и грамматических ошибок, опечаток;

8) представление работы в установленные графиком сроки руководителю для рецензирования. Курсовая работа, получившая положительную рецензию, допускается к защите. Курсовая работа, получившая неудовлетворительную оценку, возвращается студенту для доработки или переработки с учетом всех замечаний. После исправления всех замечаний представляется на повторное рецензирование;

9) защита курсовой работы.

Защита проходит устно, в установленные сроки. По итогам работы над курсовой работой и защиты выставляется общая оценка. В ведомость и зачетную книжку студента проставляется общий результат - оценка.

Защита курсовой работы осуществляется в обязательном порядке до сдачи экзамена по дисциплине «Коммерческая деятельность и является допуском на экзамен.

3 Требования к структуре и содержанию курсовой работы

Следует иметь в виду, что курсовая работа и полученные при ее выполнении материалы могут стать основой будущей дипломной работы.

Темы курсовых работ, выбираемые студентами, не должны повторяться и могут быть скорректированы автором по согласованию с руководителем.

Структуру курсовой работы (план) необходимо согласовать с руководителем в обязательном порядке (на консультациях).

Структура курсовой работы содержит следующие основные элементы:

- Титульный лист (приложение А);
- Содержание (приложение Б);
- Введение;
- Глава 1;
- Глава 2;
- Заключение;
- Список литературы;
- Приложения.

Первой страницей курсовой работы является **титульный лист**, который включают в общую нумерацию. Номер страницы на титульном листе не проставляется. Титульный лист должен содержать ряд обязательных реквизитов расположенных определенным образом. Пример оформления титульного листа курсовой работы представлен в приложении А.

Содержание состоит из перечня заголовков глав и разделов, расположенных в столбик, связанных внутренней логикой исследования данной темы, с обязательным указанием номера первого листа данной части (приложение Б).

Во **введении** обосновываются актуальность выбранной темы, цель и содержание поставленных задач, формулируется объект и предмет исследования, указывается избранный метод исследования.

Для обоснования актуальности темы исследования дается пояснение, почему именно данная тема нуждается в дальнейшей разработке.

Цель – это то, что необходимо получить при проведении исследования, («Целью данной работы является изучение и анализ...»). Цель формулируется кратко в соответствии с темой курсовой работы.

Задачи исследования определяются поставленной целью и представляют собой конкретные последовательные этапы (пути) решения проблемы для достижения основной цели. Это обычно делается в форме перечисления: «изучить...», «исследовать...», «проанализировать...», «выявить...» и т.д. Формулировки этих задач необходимо делать как можно более тщательно, поскольку описание их решения должно составить содержание глав курсовой работы.

Объект и предмет исследования как категории научного процесса соотносятся с собой как общее и частное. Если объект – это процесс или явление в области или сфере деятельности (товарного обращения, рынка товаров, торговли и т.д.), предмет – это изучаемый процесс в рамках объекта исследования. Объект, как правило, отражает проблемную ситуацию, позволяет рассматривать предмет исследования во всех его взаимосвязях, предмет же – это реальный определенный элемент в границах объекта, обладает либо очевидными границами, либо автономностью существования.

Следует отметить, что именно предмет исследования определяет тему курсовой работы.

Объем введения – 1,5-2 страницы текста.

Содержание глав основной части должно точно соответствовать теме работы и полностью ее раскрывать. Эти главы должны показать умение студента сжато, логично и аргументировано излагать материал, а их оформление должно соответствовать установленным требованиям.

Первая глава носит теоретический характер и пишется после тщательной работы автора над первоисточниками. Она должна включать на основе анализа литературы полное и систематизированное изложение состояния проблемы, которой посвящена выбранная студентом тема курсовой работы. Теоретическая часть курсовой работы имеет целью показать знание студентами существа вопроса и умение работать с научной и учебной литературой. В данном разделе необходимо определить методологические и теоретические основы выбранной проблемы. Объем первой главы может составлять 10-15 страниц.

Вторая глава является практической и должна основываться на деятельности реальных предприятий. В ней подробно рассматривается методика и техника исследования коммерческой деятельности предприятия торговли. Традиционно во второй главе проводится подробный анализ предмета исследования, описываются его основные параметры и характеристики, проводится его анализ, оценка, моделирование, проектирование и т.д. Материал для данной главы можно найти в периодических изданиях, данных статистики, интернет-ресурсах.

Данная часть работы должна содержать анализ, соответствующие выводы и рекомендации по конкретной практической ситуации. Проведение анализа и выработка рекомендаций осуществляются путем практического приложения теоретических основ, изложенных в работе. Исследование необходимо проводить на примере

какого-либо реально действующего предприятия (отрасли, рынка). В этом случае практическую часть необходимо начинать с краткой технико-экономической характеристики предприятия (отрасли), которая включает в себя:

- название предприятия (отрасли) и его месторасположение;
- краткое описание деятельности организации (отрасли);
- технико-экономические показатели работы предприятия за 3 года с кратким анализом (статистические данные состояния отрасли).

Далее можно рассмотреть особенности осуществления коммерческой деятельности предприятия. Для этого анализируются: проводимые на предприятии маркетинговые исследования; результаты реализации продукции, характер связей с поставщиками; целевой рынок и потребители; рекламная и ценовая политика предприятия и т. д.

Кроме того, следует уделить внимание анализу рыночных возможностей предприятия и угроз со стороны рыночной среды, оценке эффективности затрат.

Объем раздела – 10–15 страниц.

Название глав является объединяющим для теоретической и практической частей работы.

В конце каждой главы основной части работы приводятся промежуточные выводы в виде резюме, отражающего в концентрированной форме содержание каждой главы. Наличие таких выводов позволяет упростить составление заключения по работе.

В заключение необходимо вынести выводы, которые полностью раскрывают тему курсовой работы, включая теоретическую и практическую части. Выводы должны содержать краткую трактовку полученных результатов, их научную и практическую ценность или экономический эффект. Результаты исследования должны соотноситься с общей целью и поставленными задачами во введении.

Материал излагают на 1,5-2 страницах текста.

Список литературы должен составлять не менее 16 наименований, в том числе журнальные статьи, первичная документация предприятия, анализ которой проводился в работе. При использовании интернет-ресурсов обязательно указание на автора публикации, наименование статьи и URL-адреса её размещения в сети.

В приложения помещают вспомогательные или дополнительные материалы, которые загромождают текст основной части работы: промежуточные математические расчеты, таблицы вспомогательных данных, анкеты, инструкции, типовые договора, иллюстрации и т.п. Также это могут быть и копии подлинных документов, и выдержки из отчетных материалов, и производственные планы, и протоколы и т.п. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, рисунки. Каждое приложение должно начинаться с нового листа (страницы). Нумерация страниц, на которых даются приложения, должна быть сквозной и продолжать общую нумерацию страниц основного текста. Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «Приложение» следует буква, обозначающая его последовательность.

4 Требования к оформлению курсовой работы

Текст курсовой работы печатается на принтере на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210*297), шрифт 14pt Times New Roman, через полторный интервал с полями вокруг текста. Размер левого поля - 20 мм, правого – 10 мм, верхнего – 20 мм, нижнего – 20 мм. Объем текста курсовой работы обычно находится в пределах 25–35 страниц.

Заголовки «Содержания» должны точно повторять заголовки в тексте. Нумерация страниц работы сквозная. Номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки в конце.

Все заголовки курсовой работы, имеющие порядковые номера, например: 1; 1.1, и т.д. пишутся с абзацного отступа. Первая буква является прописной, все остальные – строчными и выделяются полужирным шрифтом. Точка после заголовка не ставится. Интервал между заголовком и текстом, заголовком и заголовком, текстом и заголовком – одна пустая строка.

Ссылки на использованный литературный источник в тексте осуществляется посредством указания его номера в квадратных скобках после изложения источника. Этот номер должен соответствовать порядковому номеру из списка литературы.

Введение, первая и вторая главы, заключение, список литературы, приложения необходимо начинать с новой страницы.

Выделение промежуточных заголовков в тексте глав не допускается. Переход от одной мысли к другой должен производиться с помощью переходных конструкций.

Список литературы оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

5 Примерная тематика курсовых работ по дисциплинам «Коммерческая деятельность» и «Организация коммерции по сферам применения»

- 1 Совершенствование управления сбытом на промышленном предприятии.
- 2 Состояние планирования сбыта готовой продукции на предприятии.
- 3 Совершенствование коммерческой деятельности по сбыту на промышленных предприятиях.
- 4 Современные методы осуществления маркетинговых исследований и использование их результатов в коммерческой деятельности промышленных предприятий.
- 5 Коммерческая деятельность местной розничной торговой организации.
- 6 Анализ товарной политики промышленного предприятия.
- 7 Анализ и обоснование ценовой политики коммерческого предприятия.
- 8 Анализ деятельности коммерческого предприятия по продвижению продукции на рынке.
- 9 Анализ затрат по сбыту готовой продукции промышленного предприятия и пути их снижения.

- 10 Сервисное обслуживание потребителей и его влияние на коммерческую деятельность промышленного предприятия.
- 11 Организация рекламной деятельности промышленного предприятия как инструмента коммуникационной политики.
- 12 Организация коммерческой деятельности предприятий по материально-техническому обеспечению производства материальными ресурсами.
- 13 Планирование коммерческой деятельности по обеспечению производства материальными ресурсами.
- 14 Организация работы торгового предприятия в условиях рынка.
- 15 Информационная система обеспечения коммерческой деятельности предприятия и ее эффективность.
- 16 Организация коммерческой деятельности различных форм оптовой торговли в России и за рубежом.
- 17 Исследование рынков закупок и сбыта товаров в оптовой торговле.
- 18 Особенности системы закупочной деятельности в оптовом торговом предприятии на рынке потребительских товаров.
- 19 Управление товарными запасами оптового предприятия (планирование, структура управления и эффективность).
- 20 Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
- 21 Хозяйственный риск в коммерческой деятельности.
- 22 Особенности организации розничной торговли России.
- 23 Развитие франчайзинга как формы поддержки малого предпринимательства в России и зарубежных странах.
- 24 Исследование конъюнктуры потребительского рынка и ее влияние на коммерческую деятельность розничного торгового предприятия.
- 25 Развитие материально-технической базы розничной торговли и ее влияние на эффективность коммерческой деятельности.
- 26 Типология предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность.
- 27 Формирование оптимального торгового ассортимента – основа эффективной коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
- 28 Закупка товаров и формирование коммерческих связей розничных торговых предприятий на потребительском рынке.
- 29 Организация системы торгово-технологического процесса розничного предприятия.
- 30 Оценка эффективности коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
- 31 Организация развития электронной торговли в России (или на примере торгового предприятия).
- 32 Управление ассортиментной политикой коммерческого предприятия.
- 33 Бизнес-планирование и его роль в коммерческой деятельности предприятий.
- 34 Основные черты и особенности лизинга как финансового механизма организации и модернизации коммерческого предприятия.
- 35 Роль франчайзинга в организации коммерческой деятельности фирмы.

- 36 Организация коммерческой деятельности страховых компаний.
- 37 Особенности организации страхования коммерческих рисков.
- 38 Исследование методов розничной продажи и ее стимулирование.
- 39 Рекламно-информационная деятельность и ее влияние на эффективность торгового предприятия.
- 40 Система управления коммерческой деятельностью оптовых торговых предприятий.
- 41 Организационные основы продажи товаров со склада оптового торгового предприятия: методы, организация и эффективность.
- 42 Планирование и организация торгово-технологического процесса в розничном торговом предприятии.
- 43 Факторы, обуславливающие качество обслуживания покупателей коммерческим предприятием на рынке товаров.
- 44 Организация коммерческой деятельности по кредитным услугам банка.
- 45 Разработка современных стратегий деятельности и их использование в коммерческой деятельности торговых предприятий.
- 46 Роль маркетинга в организации коммерческой деятельности в оптовой торговле.
- 47 Фирменный стиль сбыта (продажи) товаров: основные элементы и роль в деятельности коммерческого предприятия.
- 48 Управление рекламными услугами в процессе продвижения потребительских товаров.
- 49 Оптимизация товарного предложения на рынке товаров промышленного назначения.
- 50 Формирование и развитие системы инфраструктурного обеспечения коммерческой деятельности.
- 51 Основные направления формирования и развития системы государственного регулирования коммерческой деятельности.
- 52 Стратегическое планирование и прогнозирование коммерческой деятельности.
- 53 Теоретические и практические основы коммерциализации рыночных инноваций.
- 54 Теоретические и практические основы построения маркетинговых каналов распределения товаров и услуг.
- 55 Развитие дистрибьюторских и дилерских сетей реализации товаров и услуг.
- 56 Маркетинговое управление оптовыми и розничными операциями.
- 57 Организация рекламных кампаний коммерческим предприятием.
- 58 Разработка кампании продвижения торговых марок.
- 59 Формирование и развитие системы персональных продаж.
- 60 Перспективные направления взаимодействия коммерческого предприятия с поставщиками.
- 61 Разработка коммерческой стратегии фирмы.
- 62 Новые методы исследования и технологии в области коммерции.
- 63 Организация закупки и продажи товаров на предприятии розничной торговли с использованием правил мерчандайзинга.

- 64 Средства обеспечения безопасности коммерческой деятельности торгового предприятия на рынке товаров.
- 65 Политика государства и общественных организаций в развитии и поддержке малого предпринимательства в торговле России и за рубежом.

Список литературы

- 1 Балакина, Ю. Ю. Человек и его потребности [Текст] / Ю. Ю. Балакина. – Ростов н/Д : Феникс, 2010.
- 2 Басовский, Л. Е. Экономика отрасли [Текст] : учебное пособие / Л. Е. Басовский. - М. : ИНФРА-М, 2009.
- 3 Березин, И. Что мы покупаем. Крупнейшие потребительские рынки России [Текст] / И. Березин. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010.
- 4 Бузукова, Е. Закупки и поставщики [Текст] / Е. Бузукова. – СПб. : Питер, 2009.
- 5 Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность [Текст] : учебник / С. Н. Виноградова. - М. : Высшая школа, 2009.
- 6 Волкова, О.В. Девяткина. 3-е изд. перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2009.
- 7 Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса : учебное пособие Л. П. Гаврилов. - М. : Солон-Пресс, 2009.
- 8 Гаджинский, А. М. Современный склад. Организация, технология, управление и логистика [Текст] : учебно-практическое пособие / А. М. Гаджинский. – М. : ТК Велби; Проспект, 2007.
- 9 Гайдаенко, Т. А. Маркетинговое управление. Полный курс MBA. Принципы управленческих решений и российская практика [Текст] / Т. А. Гайдаенко. – М. : Эксмо, 2008.
- 10 Голова, А. Г. Управление продажами [Текст] / А. Г. Голова. – М. : ИТК Дашков и К, 2010.
- 11 Голубков, Е. П. Основы маркетинга [Текст] / Е.П. Голубков. – М. : Фин-пресс, 2008.
- 12 ГОСТ Р 51303-99. Торговля. Термины и определения. [Текст]. – Введ. 1999-08-11. – М. : Изд-во стандартов, 1999.
- 13 ГОСТ Р 51304-2009. Услуги торговли. Общие требования. [Текст]. – Взамен ГОСТ Р 51304-99 ; введ. 2009-12-15. – М. : Стандартиформ, 2010.
- 14 ГОСТ Р 51305-2009. Услуги торговли. Требования к персоналу. [Текст]. – Взамен ГОСТ Р 51305-99 ; введ. 2009-12-15. – М. : Стандартиформ, 2010.
- 15 ГОСТ Р 51773-2009. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. [Текст]. – Взамен ГОСТ Р 51773-2001 ; введ. 2011-01-01. – М. : Стандартиформ, 2010.
- 16 Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации [Текст] : [федер. закон : часть I принята Гос. Думой 21 окт. 1994 г. : часть II принята Гос. Думой 22 дек. 1995 г. : по сост. на 1 мая 2015 г.]. – М. : КноРус, 2015. – (Актуальный закон).
- 17 Данько, Т. П. Управление маркетингом [Текст] / Т. П. Данько. – М. : ИНФРА-М, 2009.
- 18 Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли [Текст] : учебник для вузов / Л. П. Дашков., В. К. Памбухчиянц. - М. : Дашков и Ко, 2011.

- 19 Жалило, Б. Книга директора по сбыту. – СПб. : Питер, 2008.
- 20 Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей [Текст] : закон РФ: [принят Гос. Думой 7 фев. 1992 г. : по сост. на 2014г.]. – М. : АСТ, 2014. – 96 с. – (новейшее законодательство). – (Актуальный закон).
- 21 Иванченко, Л. А. Рынок и государственное регулирование [Текст] : учебное пособие / Л. А. Иванченко. - М.: РГТЭУ, 2009. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход [Текст] / Б. Берман, Дж. Р. Эванс. - М. : Вильямс. 2008.
- 22 Инновационный менеджмент : учебник / под ред. С. Д. Ильянской. 3-е изд. перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
- 23 Капон, Н. Управление маркетингом [Текст] / Н. Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт. – СПб. : Питер, 2010.
- 24 Кент, Т. Розничная торговля [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг», 080301 Коммерция (торговое дело)» / Т. Кент, О. Омар ; пер. с англ. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
- 25 Кирюков, С. И. Управление маркетинговыми каналами [Текст] / С. И. . – М. : Высшая школа менеджмента, 2010.
- 26 Комкова, Е. Товарный портфель и управление закупками в рознице [Текст] / Е. Комкова. – СПб. : Питер, 2008.
- 27 Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм) : учебник / под ред. О. А. Новикова, В. В. Щербакова. – СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та экономики и финансов, 2009.
- 28 Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм) : учебник / под ред. О. А. Новикова, В. В. Щербакова. - СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та экономики и финансов, 2009.
- 29 Кондрашов, В. М. Менеджмент продаж [Текст] : учебное пособие / В. М. Кондрашов. – М. : Вузовский учебник, 2009.
- 30 Котлер, Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга [Текст] / Ф. Котлер. – М. : Олимп-Бизнес, 2008.
- 31 Ламбен, Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] / Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. – СПб. : Питер, 2011.
- 32 Лапуста, М. Г. Предпринимательство [Текст]: учебник / М. Г. Лапуста. – М. : ИНФРА-М, 2010.
- 33 Лукич, Р. М. Управление продажами [Текст] / Р. М. Лукич. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010.
- 34 Мак–Дональд, М. Сфера услуг. Полное пошаговое руководство по маркетинговому планированию [Текст] / М. Мак-Дональд, Э. Пэйн. – М. : Эксмо, 2009.
- 35 Музыкант, В. Маркетинговые основы управления коммуникациями [Текст] / В. Музыкант. – М. : Эксмо, 2009.
- 36 Олейник, К. Все об управлении продажами [Текст] / К. Олейник. – М. : Альпина Букс, 2009.
- 37 Организация предпринимательской деятельности в розничной торговле : учеб. пособие / под общ. ред. Е. Е. Кузьминой. – Ростов н/Д., 2007.

- 38 Памбухчинянц, О. В. Организация и технология коммерческой деятельности [Текст] : учебник / О. В. Памбухчинянц. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и Ко, 2009.
- 39 Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность [Текст] : учебник Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. – 13-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2012.
- 40 Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность [Текст] : учебник / Ф. П. Половцева ; Гриф МО РФ. – М. : ИНФРА-М, 2010.
- 41 Попова, Я. Г. Особенности формирования комплекса услуг предприятия розничной торговли [Текст] : монография / Я. Г. Попова. - СПб. : Инфо-да, 2009.
- 42 Снегирева, В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям [Текст] / В. Снегирева. - СПб. : Питер, 2007.
- 43 Современный супермаркет : учебник по современным формам торговли [Текст] . – 3-е изд., перераб и доп. – М. : Жигульского, 2006.
- 44 Сысоева, С. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент [Текст] / С. Сысоева, Е. Бузукова. – СПб. : Питер, 2010.
- 45 Сысоева, С. В. Стандарт розничного магазина. Разработка инструкций и регламентов [Текст] / С. В. Сысоева. – СПб. : Питер, 2009.
- 46 Терещенко, К. А. Основы розничной торговли: международный опыт в практических решениях [Текст] / К. А. Терещенко. – М. : Жигульского, 2007.
- 47 Фатхутдинов, Р. А. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 6-е изд., испр. и доп. – СПб.: Питер, 2008.
- 48 Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью [Текст] : учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. – 2-е изд., пер. – М. : Омега-Л, 2008.
- 49 Российская Федерация. Законы. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Текст] : федер. закон : [принят Гос. Думой 18 дек. 2009 г. : с доп. и измен.]. – М. : Проспект, 2014. – (Актуальный закон).
- 50 Ферни, Дж. Принципы розничной торговли [Текст] / Джон Ферни, Сюзанна Ферни, Кристофер Мур. – М. : Олимп-Бизнес, 2008.
- 51 Хибинг, Р. Маркетинг [Текст] / Р. Хибинг, С. Купер.– М. : Эксмо, 2010. – (Полный курс МВА).
- 52 Хибинг, Р., Настольная книга директора по маркетингу. Маркетинговое планирование [Текст] / Р. Хибинг, С. Купер. – М. : Эксмо, 2009.
- 53 Шевченко, В. Товароведение и экспертиза потребительских товаров [Текст] / В. Шевченко, А. Вытовтов, Е. Карасева. – М. : ИНФРА – М, 2009.
- 54 Шерр, И. Ф. Кн. 1, 2. Учение о торговле [Текст] / И. Ф. Шерр ; пер. с немецкого. - М. : Перспектива, 2007.
- 55 Экономика торгового предприятия: Торговое дело [Текст] : учебник. – М. : ИНФРА-М, 2008, 2009.
- 56 Мониторинг экономических показателей.URL: <http://www.budgetrf.ru/> (дата обращения: 18.12.14).
- 57 Деловая пресса URL: <http://www.businesspress.ru/> (дата обращения: 14.01.15).
- 58 Гарант URL: <http://www.garant.ru/> (дата обращения: 28.01.15).

- 59 Национальная торговая ассоциация URL: <http://www.nta-rus.ru/> (дата обращения: 22.02.15).
- 60 РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера) URL: <http://www.rbc.ru/> (дата обращения: 15.01.15).
- 61 Российская торговля URL: <http://www.rtpress.ru/> (дата обращения: 04.02.15).
- 62 Новости и технологии торгового бизнеса URL: <http://www.torgrus.ru/> (дата обращения: 08.02.15).
- 63 Факторная и финансовая логистика. URL: <http://www/factoring.ru/> (дата обращения: 19.02.15).

Образец титульного листа

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«КУРГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(КГУ)

КАФЕДРА «ТАМОЖЕННОЕ ДЕЛО И КОММЕРЦИЯ»

Курсовая работа по дисциплине
«Коммерческая деятельность»

**ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ**

Студент группы Э-206 13
Иванов Иван Иванович

Руководитель курсовой работы
старший преподаватель

И.Ю. Аракелян

Курган 2015

Образец содержания

Содержание

Введение	3
1 Теоретические основы организации сбытовой деятельности в оптовой торговле	5
1.1 Сущность сбытовой деятельности в оптовой торговле	5
1.2 Организация и управление сбытовой деятельностью предприятия оптовой торговли	13
1.3 Методология оценки эффективности сбыта в торговле	25
2 Организация сбытовой деятельности предприятия оптовой торговли ООО «XXX»	30
2.1 Особенности финансово-хозяйственной деятельности ООО «XXX»	30
2.2 Анализ рынка	37
2.3 Организация и оценка эффективности сбыта ООО «XXX»	40
Заключение	47
Список литературы	50
Приложения	53

Аракелян Ирина Юрьевна

КОМЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Методические указания
для выполнения курсовой работы
для студентов направления 100700.62 (38.03.06) «Торговое дело»

Редактор Е. А. Могутова

Подписано в печать	Формат 60x84 1/16	Бумага 65 г/м ²
Печать цифровая	Усл. печ. л. 1,25	Уч.-изд. л. 1,25
Заказ	Тираж 25	Не для продажи

РИЦ Курганского государственного университета.
640000, г. Курган, ул. Советская, 63/4.
Курганский государственный университет.