

**Ассоциация профессиональной
образовательной организации
“Техникум экономики и предпринимательства”**



**МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ
для специальности 38.02.04
Коммерция (по отраслям)**

Тамбов, 2014

Одобрена цикловой комиссией
профессиональных дисциплин
профессиональных модулей

Составлена в соответствии с ФГОС СПО
и для специальности 38.02.04 «Коммерция (по
отраслям)»

Протокол № _____ от _____

Зам. директора по УМР
_____ Старикова С.В.

Председатель цикловой комиссии
_____ Старикова С.В.

« _____ » _____ 2014 года

1. Цели и задачи курсовой работы

Курсовая работа является самостоятельным исследованием студента и имеет важное значение в формировании будущего специалиста в области коммерции.

Целью написания курсовой работы является расширение и закрепление теоретических и практических знаний студентами по различным проблемам коммерческой деятельности в современных условиях.

При выполнении курсовой работы предлагается решить следующие задачи:

- овладение теоретическими навыками в области коммерческой деятельности;
- изучение методов и форм организации и развития коммерческой деятельности;
- приобретения навыков коммерческого анализа и определение путей совершенствования коммерческой деятельности.

В курсовой работе студент должен показать умение работы с литературными источниками, дать объективную и всестороннюю оценку поставленным проблемам в области коммерческой деятельности, определить пути совершенствования коммерческой деятельности.

В ходе написания работы студент учится логично и последовательно излагать свои мысли, выявлять закономерности развития коммерческой деятельности, делать правильные обобщения, выводы и предложения. Основными источниками информации являются научные труды в области коммерческой деятельности и предпринимательства, учебно-методическая литература, статьи, Internet, а также личные наблюдения и исследования автора по вопросам, отражаемым в курсовой работе.

2. Объем и структура курсовой работы

Курсовая работа должна иметь следующую структуру:

Разделы курсовой работы	Объем, (стр. комп. текста)
Титульный лист	1
Содержание	1
Введение	2-3
1. Теоретический раздел (указывается название)	8-10
2. Аналитический раздел (указывается название)	15-20
3. Предложения и рекомендации (указывается название)	8-10
Заключение	3-5
Список используемой литературы	15-20 источников
Приложения	не ограничено

Общий объем работы должен содержать 35-40 страниц компьютерного текста (через 1,5 интервала 14 размером), включая титульный лист, содержание и список использованной литературы.

3. Краткое содержание основных разделов курсовой работы

Примерный план курсовой работы представлен в приложении 2.

Во введении содержатся обоснование актуальности темы исследования для общества в целом и для отдельного предприятия. Формируется цель и задачи исследования. Указываются источники первичной и вторичной экономической и коммерческой информации.

В первом разделе курсовой работы рассматриваются теоретические основы данной проблемы, а также достижения и передовой опыт в коммерческой деятельности. Важно кратко прокомментировать содержание основных нормативных актов (Конституция, Гражданский кодекс РФ, Законы РФ, Постановления Правительства РФ и т.д.), имеющих непосредственное отношение к теме исследования. Целесообразно также отразить различные мнения исследователей по тем или иным вопросам. Можно использовать периодические отраслевые, экономические и коммерческие издания (журналы, газеты), а также информацию, имеющуюся в сети Internet.

Во втором разделе рассматриваются те вопросы, которые студент заявил в теме курсовой работы. Вначале даётся определение рассматриваемого объекта или процесса, затем описываются теоретические аспекты выбранной темы курсовой работы. В ходе работы следует обратиться к передовому опыту зарубежных и российских коммерческих предприятий и организаций. В конце каждого подраздела необходимо указать те проблемы и недостатки, которые можно устранить с помощью коммерческих мероприятий, предлагаемых автором в третьем разделе.

В третьем разделе следует отобразить основные пути совершенствования коммерческой деятельности в соответствии с темой исследования. Предложения автором аргументируются, и, если это возможно, подкрепляются расчётами экономического эффекта. При разработке предложений студент может использовать личные наблюдения, маркетинговые исследования, результаты анализа, проведённого во втором разделе. Основное внимание следует уделить наименее капиталоемким путям совершенствования коммерческой деятельности, которые могут дать эффект уже в ближайшем будущем. Затем рассматриваются все остальные предложения, в том числе требующие значительных затрат, определяются источники поступления инвестиций и сток их окупаемости.

В заключении делаются выводы и предложения по каждому разделу курсовой работы и обязательно нумеруются. Формулировать их следует кратко и чётко.

Список использованной литературы приводится в алфавитном порядке (см. приложение 3) и должен содержать не менее 15-20 наименований литературных источников.

4. Порядок оформления курсовой работы

Курсовая работа должна включать: титульный лист, содержание, текстовую часть, список использованной литературы, приложения.

Текстовая часть курсовой работы должна состоять из разделов, указанных в разделе 3 данных «Методических указаний». Объем курсовой работы, как уже отмечалось, не должен превышать 40 страниц. На каждой странице его должны быть оставлены поля: размер левого – 30 мм, правого – не менее 10 мм, верхнего – не менее 15 мм, нижнего – не менее 20 мм.

Текст курсовой работы печатается через 1,5 интервала на одной стороне листа бумаги стандартного формата А4 (размер 210 на 297 мм).

Титульный лист курсовой работы должен оформляться по утвержденной форме (приложение 1).

Разделы курсовой работы начинаются всякий раз с новой страницы и нумеруются арабскими цифрами с точкой на конце (1, 2, 3 и т.д.), а новый подраздел в составе раздела располагается на той же странице, где заканчивается предыдущий. Подразделы следует также нумеровать арабскими цифрами в пределах каждого раздела (1.1 или 1.2 и т.д.). В конце также должна ставиться точка. Текст курсовой работы излагается в соответствии с планом и иллюстрируется с помощью таблиц и рисунков. Таблицы составляются с учетом требований, предъявляемых в курсах статистики и экономики предприятия. Название таблиц должны быть четкими и краткими, а также соответствовать их содержанию. Таблицы оформляются следующим образом. Над левым верхним углом таблицы делается надпись «Таблица» с указанием ее порядкового номера. На этой же строке идет название курсовой работы.

Номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой, например, Таблица 2.1 (первая таблица второго раздела).

При переносе таблицы на следующую страницу шапку таблицы повторяют и над ней помещают слова «Продолжение таблицы» с указанием номера. Если шапка таблицы громоздка, то ее можно не дублировать; в этом случае пронумеровывают графы и их нумерацию повторяют на следующие странице без заголовка таблицы.

При ссылке на таблицу указывается ее полный номер, а слово «таблица» пишут в сокращенном виде в скобках, например (табл. 2.1). Повторные ссылки на таблицы следует давать с сокращенным словом «смотри», например, (см. табл. 2.1).

Все рисунки нумеруются последовательно в пределах раздела арабскими цифрами. Номер рисунка должен состоять из номера раздела и порядкового номера рисунка, например,

рис. 3.2. (второй рисунок третьего раздела). Каждый рисунок должен сопровождаться содержательной подписью. Подпись должна располагаться под рисунком в одну строку с номером.

В работе должны быть представлены данные за следующие периоды:

- общие экономические показатели предприятия не менее чем за последние 3 года;
- сведения о коммерческой деятельности предприятия (доля сбыта данного предприятия на рынке за последний год или за какой-либо период года, но не менее чем за квартал).

В списке использованной литературы включают только те источники, которые в той или иной мере использованы в курсовой работе. Ссылки на авторов следует делать арабской цифрой в скобках. Порядок оформления списка литературы в соответствии с ГОСТом приведён в приложении.

Защита курсовой работы принимается до начала экзаменационной сессии. В случае, если работа была представлена позже указанного срока без уважительных причин, оценка за неё автоматически снижается на 1 балл.

Курсовая работа, получившая неудовлетворительную оценку, возвращается студенту для переработки. В этом случае указывается, почему она не допущена к защите и даются подробные указания, какие главы, параграфы и как должны быть переработаны. Устанавливается новый срок представления работы на повторное рецензирование.

Задание на курсовую работу

по дисциплине _____

студента: _____

Фамилия, имя, отчество

1. Тема: _____

2. Срок сдачи курсовой работы: _____

3. Краткое содержание курсовой работы:

4. Дата выдачи темы: _____

Задание выдано: _____

Ф.И.О. ответственного лица, должность, подпись

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине _____

на тему _____

Выполнил студент _ курса ____ группы,

Специальности _____
(код)

(наименование специальности)

(подпись) (ФИО)

Проверил: _____
(степень, звание, Ф И О)

(подпись)

ПРИМЕРНЫЙ ПЛАН КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Вариант 1

Тема: Организация коммерческой деятельности на предприятии.

Введение.

1. Коммерческая деятельность в рыночной экономике.
2. Организация коммерческой деятельности на предприятии.
 - 2.1. Организация торгово-технологического процесса.
 - 2.2. Управление трудовыми ресурсами.
 - 2.3. Организация руководства.
3. Пути совершенствования коммерческой деятельности предприятия.
 - 3.1. Стратегическое планирование.
 - 3.2. Тотальное управление качеством продуктов и услуг.
 - 3.3. Информационное обеспечение.

Заключение.

Список использованной литературы.

Вариант 2

Тема: Организация и управление процессами продажи на торговом предприятии.

Введение.

1. Сущность коммерческой работы по продаже товаров.
2. Организационные формы предприятий оптовой торговли.
 - 2.1. Биржевая торговля.
 - 2.2. Оптовые базы.
 - 2.3. Ярмарки.
 - 2.4. Аукционы.
3. Совершенствование организационных форм предприятий оптовой торговли в современных условиях.

Заключение.

Список использованной литературы.

ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ СПИСКА ЛИТЕРАТУРЫ

1. Описание книги с одним автором:

Голубков, Е.П., Маркетинговые исследования: теория, методология, практика / Е.П. Голубков. – М.: Финпресс, 2008. – 340 с.

2. Описание книги с двумя авторами:

Рэпп, С. Новый максимаркетинг / С. Рэпп, Т. Коллинз. – Челябинск: Урал ЛТД, 2007. – 553 с.

3. Описание книги с тремя авторами:

Ворожейкин, И.Е. Конфликтология: Учебник / И.Е. Ворожейкин, А.Я. Кибаров, Д.К. Захаров. – М.: ИНФРА-М., 2007. – 224 с.

4. Описание под заглавием книги, имеющей четырех авторов:

Предпринимательство в агропромышленном комплексе. – Учебник / Н.А. Попов, В.Р. Захарин, Н.П. Карпусь, В.Ф. Федоренко. – М.: ЭКМОС, 2007. – 352 с.

5. Описание под заглавием книги, имеющей пять и более авторов:

Справочник садовода / О.С. Боезуглова, Ф.В. Гавриш, Д.С. Должков и др. – Ростов-на-Дону. Феникс, 2008, 528 с.

6. Описание официальных материалов:

О лицензировании отдельных видов деятельности: Постановление Правительства РФ от 11 апреля 2000 г. № 326 // Рос. газ. – 2001. – 27 апр. с.7.

7. Описание стандарта:

ГОСТ Р 51431-99. Соки фруктовые и овощные: Метод определения относительной плотности. – Введ. с 01.01.2000. – М.: Изд-во стандартов, 2000. – 3 с.

8. Описание статьи из журнала:

Нарежный, в.В. Учет операций по выплате и получению неустойки / В.В. Нарежный // Бух. учет. – 2001. – № 22. – с. 18-20.

9. Описание материалов из газеты:

Федеральный закон об инвестиционных фондах // Рос. газ. – 2001. – 4 дек. – с. 10-13.

Тематика курсовых работ

1. История возникновения и развития коммерции и предпринимательства за рубежом и в России.
2. Коммерческая деятельность как категория рыночной экономики: содержание, цели, формирование.
3. Технология осуществления коммерческих сделок предприятиями на рынке товаров и услуг.
4. Организационно-методологические аспекты формирования коммерческой деятельности предприятиями на рынке товаров и услуг.
5. Организация и развитие коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров и услуг.
6. Влияние коммерческих сделок, заключаемых субъектами рынка товаров и услуг, на результативность предприятия.
7. Риск в торговле товарами и его распределение между сторонами коммерческих договоров.
8. Характеристика и оценка товара как объекта коммерческой деятельности на потребительском рынке (рынке товаров производственного назначения).
9. Услуги на рынке товаров в обеспечении коммерческой деятельности: виды, содержание, издержки в обращении товаров, получение прибыли.
10. Методы и принципы проведения коммерческих сделок по закупке и продаже товаров предприятиями в новых условиях хозяйствования.
11. Методология исследования коммерческой деятельности предприятий, функционирующих в сфере товарного обращения.
12. Моделирование товарного ассортимента предприятия и его прогнозная оценка.
13. Планирование и прогнозирование объема закупок и продаж товаров предприятиями в условиях рынка.
14. Организационные аспекты закупки и поставки товаров в коммерческие предприятия.
15. Управление товарооборотом и товарными запасами на предприятии с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
16. Организация и управление процессами товародвижения на рынке.
17. Организация и управление процессами продажи предприятий в условиях конкуренции.
18. Сервисное обслуживание в торговле и перспективы его развития в современных условиях.
19. Организация и развитие розничной торговли в условиях рынка как сферы коммерческой деятельности.
20. Организация и развитие оптовой и розничной торговли в зарубежных странах.
21. Сравнительная характеристика коммерческой деятельности разных форм предприятий розничной торговли в рыночных условиях.
22. Оптовая торговля в системе распределения общественного продукта и развитие ее организационных форм.
23. Образование и развитие рынка лизинга в России.
24. Особенности коммерческой деятельности в сфере услуг.
25. Развитие материально-технической базы в торговле с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
26. Организация и ведение деловых переговоров.
27. Государственная защита прав потребителей.
28. Понятие, функции, виды, структура, специализация, типизация розничной торговли.
29. Методы организации и оценки работы оптовой торговли.
30. Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров.
31. Формирование и развитие франчайзинга в России.
32. Становление и развитие мерчендайзинга в России.
33. Организация ярмарочной и выставочной торговли в России.
34. Особенности коммерческой деятельности дистрибьюторов и дилеров.
35. Правонарушения в сфере торговли и виды ответственности за них.
36. Культура торговли и основные направления ее развития.