

Министерство образования и науки Российской Федерации

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и коммерции

Т.П. Медведева
А.М. Ситжанова

КОММЕРЦИЯ

Методические указания
к выполнению курсовой работы

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
Государственного образовательного учреждения высшего профессионального
образования «Оренбургский государственный университет»

Оренбург
ИПК ГОУ ОГУ
2011

УДК 339107
ББК 6542я7
М 42

Рецензент - кандидат экономических наук, доцент Е.А. Красовская

Медведева, Т.П.
М 42 Коммерция: методические указания к выполнению курсовой работы /
Т.П. Медведева, А. М. Ситжанова; Оренбургский гос. ун-т -
Оренбург: ОГУ, 2011. - 49 с.

Методические указания содержат тематику, общие требования к построению, изложению и оформлению курсовой работы по коммерции.

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой высшего профессионального образования и предназначены для выполнения курсовой работы по дисциплине «Коммерция» для студентов очной формы обучения специальности 032401 «Реклама».

УДК 339107
ББК 65.42я7

© Медведева Т.П.,
Ситжанова А.М., 2011
© ГОУ ОГУ, 2011

Содержание

Введение.....	5
1 Общие требования к построению курсовой работы.....	7
1.1 Общие сведения о содержании курсовой работы.....	7
1.2 Титульный лист.....	7
1.3 Задание на курсовую работу.....	7
1.4 Аннотация.....	8
1.5 Содержание.....	8
1.6 Введение.....	8
1.7 Основная часть.....	9
1.8 Заключение.....	9
1.9 Список использованных источников.....	10
1.10 Приложения.....	10
2 Общие требования к изложению текста курсовой работы.....	12
2.1 Требования к содержанию текста разделов курсовой работы.....	12
2.2 Требования к изложению текста разделов курсовой работы.....	15
3 Общие требования к оформлению курсовой работы.....	24
3.1 Требование к оформлению текста курсовой работы.....	24
3.2 Требования к оформлению страниц курсовой работы.....	26
4 Тематика курсовых работ.....	27
5 Примерное содержание теоретической части курсовой работы по темам.....	29
6 Литература, рекомендуемая студентам для изучения при выполнении курсовой работы.....	37
6.1 Основная литература.....	37
6.2 Дополнительная литература.....	38
6.3 Периодическая литература.....	39
Заключение	40

Список использованных источников.....	41
Приложение А Правила присвоения классификационного кода.....	42
Приложение Б Пример оформления титульного листа курсовой работы.....	43
Приложение В Пример оформления бланка задания на курсовую работу.....	44
Приложение Г Пример оформления структурного элемента «Содержание».....	45
Приложение Д Пример оформления списка использованных источников.....	46
Приложение Е Пример оформления таблицы.....	47
Приложение Ж Пример оформления иллюстрации.....	48
Приложение К Пример оформления аннотации.....	49

Введение

Методические указания разработаны в целях оказания помощи студентам, обучающимся по специальности 032401 - «Реклама», в подготовке курсовых.

Курсовая работа является самостоятельной работой студентов, выполняемой в соответствии с рабочей программой дисциплины «Коммерция».

Выполнение курсовой работы имеет следующие цели:

- освоение приемов работы с экономической информацией, научной и справочной литературой, периодическими изданиями;
- овладение методами научных исследований (аналитическими, статистическими, органолептическими, экспериментальными, графическими и др.) при решении проблем оценки качества и конкурентоспособности товаров предприятия;
- систематизацию, закрепление и углубление теоретических и практических знаний по специальности и применение этих знаний при решении конкретных экономических и управленческих задач;
- развитие навыков ведения самостоятельной работы и овладение методикой исследования и экспериментирования при решении разрабатываемых в курсовой работе вопросов;
- привлечение и анализ материалов хозяйственной деятельности предприятий;
- подготовка и апробация предложений и практических рекомендаций по изучаемым вопросам в производственно-хозяйственной деятельности предприятий;
- выяснение подготовленности студентов к самостоятельной работе в условиях рыночной экономики.

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Коммерция» включает следующие этапы:

- ознакомление с основными требованиями, предъявляемыми к курсовым работам;
- выбор и закрепление темы курсовой работы;
- составление плана и согласование его с руководителем курсовой работы;
- подбор и изучение литературных источников и нормативных актов, в том числе законов РФ по теме курсовой работы;
- сбор и анализ практического материала, изучение производственно-хозяйственной деятельности организации (предприятия) - объекта исследования;
- написание и оформление курсовой работы;
- подготовка курсовой работы к защите;
- защита курсовой работы.

При выполнении курсовой работы студент доказывает, что он: умеет самостоятельно разбираться в экономических понятиях и категориях, овладел навыками работы со статистическим и эмпирическим материалом, знаком с библиографией, может самостоятельно работать с научной, учебной и периодической литературой, умеет анализировать состояние изучаемых вопросов на предприятиях и организациях, может на основе изучения теоретической и аналитической информации предложить рекомендации и мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности предприятий.

1 Общие требования к построению курсовой работы

1.1 Общие сведения о содержании курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- задание на курсовую работу;
- аннотацию;
- содержание;
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Объем курсовой работы должен составлять 30-35 страниц машинописного текста.

1.2 Титульный лист

Титульный лист является первым листом курсовой работы. Переносы слов в надписях титульного листа не допускаются. На титульном листе указывают классификационный код. Правила присвоения квалификационного кода курсовой работы указаны в Приложении А. Пример оформления титульного листа курсовой работы приведен в Приложении Б.

1.3 Задание на курсовую работу

Задание на выполнение курсовой работы включается в текстовую часть после титульного листа, не нумеруется и не включается в количество листов (форма задания приведена в Приложении В).

Задание на курсовую работу содержит следующую информацию: наименование кафедры, фамилию и инициалы студента, дату выдачи задания, тему работы, исходные данные и краткое содержание работы, срок представления к защите, фамилии и инициалы руководителя и консультантов по специальным разделам курсовой работы. Задание подписывается руководителем, студентом.

Задание составляется на выпускающей кафедре.

1.4 Аннотация

Аннотация – это краткая характеристика курсовой работы с точки зрения содержания, назначения и новизны результатов работы.

Аннотация приводится на русском языке и является третьим листом текстовой части. Примеры оформления аннотации приведены в приложении К.

1.5 Содержание

Содержание включает введение, порядковые номера и наименования структурных единиц основного текста, заключение, список использованных источников, приложений с указанием номера страницы, на которых они размещены. Пример оформления содержания приведен в Приложении Г.

1.6 Введение

«Введение» является вступлением к курсовой работе. В нем необходимо обосновать теоретическую и практическую актуальность темы курсовой работы. Во введении приводятся описание структуры материала курсовой работы и перечень рассматриваемых вопросов. С этой целью рассматриваются основные тенденции изучения и развития проблемы, анализируется текущее состояние, формируется цель, определяются задачи

курсовой работы, дается характеристика исходной экономико-статистической базы.

Введение не включается в общую нумерацию структурных единиц текста, его размещают на отдельной странице, располагая слово «Введение» посередине поля страницы с первой прописной буквы.

1.7 Основная часть

Текст основной части курсовой работы должен состоять из трех разделов, охватывающих теоретические, аналитические и практические вопросы по выбранной теме. Разделы должны содержать 3 подраздела. Подразделы можно разделять на пункты, количеством не более 4 и не менее 2.

Все структурные единицы основного текста курсовой работы (разделы, подразделы, пункты) следует нумеровать арабскими цифрами. Структурные единицы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста, за исключением приложений.

Структурные единицы основного текста курсовой работы (разделы, подразделы, пункты) должны иметь заголовки. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание структурной единицы основного текста.

Заголовки следует печатать с абзацного отступа без точки в конце, не подчеркивая. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Переносы слов в заголовках не допускаются.

При выполнении курсовой работы с применением печатающих и графических устройств вывода ЭВМ, заголовки структурных единиц основного текста следует выделять полужирным шрифтом.

1.8 Заключение

Заключение – завершающая часть основного текста курсовой работы. В «Заключении» следует отразить основные выводы и рекомендации по

теоретическому изучению, аналитическому обоснованию и практическим рекомендациям по выбранной теме курсовой работы.

Заключение не включается в общую нумерацию структурных единиц текста, его размещают на отдельной странице, располагая слово «Заключение» посередине поля страницы с первой прописной буквы.

1.9 Список использованных источников

В конце текстовой части курсовой работы приводится список литературы, нормативно-технической и другой документации, использованной при написании курсовой работы, в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1 - 2003. Литература записывается и нумеруется в порядке ее упоминания в тексте либо в алфавитном порядке арабскими цифрами. Структурный элемент «Список использованных источников» не нумеруется и записывается посередине страницы с прописной буквы.

Ссылки на источники в тексте курсовой работы следует указывать порядковым номером по списку источников, выделенным двумя косыми чертами.

Пример - [5], [7, 8, 9], [8-13, 44-56].

Пример оформления списка использованных источников приведен в Приложении Д.

1.10 Приложения

Материал курсовой работы допускается помещать в приложениях. Приложениями могут быть, например, графический материал, таблицы большого формата, расчеты, описания алгоритмов и т.д. Приложения оформляют как продолжение работы на последующих листах.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его обозначения, а под ним в скобках для обязательного приложения пишут слово «обязательное», а для информативного – «рекомендуемое» или «справочное».

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь.

Пример - Приложение В

Если в курсовой работе одно приложение, то оно обозначается «Приложение А».

Текст каждого приложения, при необходимости, может быть разделен на разделы, подразделы, пункты, подпункты. В приложениях разделы, подразделы, пункты, подпункты, графический материал, таблицы и формулы нумеруют в пределах каждого приложения. Перед номерами ставится обозначение этого приложения.

Приложения должны иметь общую с остальной частью курсовой работы сквозную нумерацию страниц. В тексте курсовой работы на все приложения должны быть даны ссылки. Степень обязательности приложений при ссылках в тексте не указывают. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте.

2 Общие требования к изложению текста курсовой работы

2.1 Требования к содержанию текста разделов курсовой работы

2.1.1 Содержание введения курсовой работы

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, практическое значение ее решения для конкретной организации. Формулируется цель и задачи исследования, определяются основные этапы работы, информационная база, объект и методика исследования. Объем введения составляет 2-3 страницы.

Рекомендуется придерживаться следующей структуры основной части курсовой работы:

Раздел 1. Теоретические и методические основы рассматриваемой проблемы.

Раздел 2. Анализ и оценка рассматриваемой проблемы на конкретном предприятии (объекте исследования)

Раздел 3. Разработка и экономическое обоснование рекомендаций и мероприятий по решению рассматриваемой проблемы на предприятии.

В курсовой работе рекомендуется следующим образом раскрывать содержание основных ее разделов.

2.1.2 Содержание первого раздела курсовой работы

Раздел 1. Теоретические и методические основы рассматриваемой проблемы.

Целесообразно начинать изложение рассматриваемой проблемы с проведения небольшого исторического экскурса, с оценки степени изученности исследуемой проблемы, рассмотреть вопросы, которые к настоящему времени теоретически и практически решены, а также дискуссионные, с различных точек зрения, освещаемые в научной литературе. При этом необходимо высказать собственную точку зрения и обосновать ее.

Также следует осветить изменения рассматриваемой проблемы в обозримый период с целью выявления основных тенденций и особенностей ее развития.

Большое значение имеет правильная трактовка используемых понятий, их точность и научность. Употребляемые термины должны быть общепринятыми либо приводиться со ссылкой на автора.

В разделе дается обзор зарубежной и современной отечественной литературы по проблеме, формируется концепция, предлагается и обосновывается методика анализа проблемы на предприятии (объекте исследования).

В процессе подбора, изучения имеющихся литературных источников по рассматриваемой проблеме необходимо найти сходство и различия точек зрения разных авторов, дать их анализ и обосновать свою позицию по данному вопросу.

При подготовке методической части курсовой работы необходимо подготовить формы сбора первичной информации, а также методики ее обработки и анализа. Решающим фактором успешного написания этого раздела является тщательное и всестороннее изучение всей литературы по избранной теме. Обязательным является ссылка на использованные литературные источники. Первый раздел по объему должен занимать примерно 10-12 страниц всей работы.

2.1.3 Содержание второго раздела курсовой работы

Раздел 2. Анализ и оценка рассматриваемой проблемы на конкретном предприятии (объекте исследования).

Данный раздел должен включать общую и экономическую характеристику предприятия, выбранного студентом в качестве базы исследования, анализ сложившегося на предприятии положения в деятельности в целом и по исследуемой теме, оценку выявленных ранее теоретических аспектов изучаемой проблемы на конкретном предприятии.

Изложение текстовой части раздела целесообразно начать с организационно-экономической характеристики объекта и предмета исследования. На основе выбранной методики анализа исследуется состояние проблемы на предприятии.

Основным содержанием этого этапа работы должен являться сбор достоверной и полной информации об исследуемом предприятии, содержащейся в статистической отчетности, данных оперативного и бухгалтерского учета и других рабочих документах предприятия за 2-3 года, на базе которого осуществляется анализ. Исследование должно проводиться на основе цифрового и эмпирического материала, а также с использованием методической базы исследования.

Для анализа и обработки информации необходимо использовать современные экономико-математические методы: корреляционный и регрессионный анализ, статистическое моделирование, линейное программирование и прочие. От правильного выбора метода анализа во многом зависит достоверность результатов исследования.

Объем аналитической главы составляет 8-10 страниц.

2.1.4 Содержание третьего раздела курсовой работы

Раздел 3. Разработка и экономическое обоснование рекомендаций и мероприятий по решению рассматриваемой проблемы на предприятии.

Результаты анализа, проведенного во втором разделе курсовой работы и выводы по ним, служат основой для разработки и экономическому обоснованию рекомендаций и мероприятий по решению поставленной проблемы на предприятии (объекте исследования).

В работе необходимо наметить пути использования выявленных резервов, устранения недостатков в деятельности предприятия (объекта исследования), осуществить планирование, обоснование и принять решения, обеспечивающие реализацию цели и задач курсовой работы.

Данные предложения должны быть разработаны студентом самостоятельно и экономически обоснованы для применения на конкретном предприятии.

Объем данной главы должен составлять 5-7 страниц.

2.1.5 Содержание заключения курсовой работы

Заключение курсовой работы должно включать основные результаты проведенного студентом исследования по выбранной теме, включая основные теоретические, аналитические и практические выводы. Заключение должно быть представлено на 1-2 страницах.

2.1.6 Содержание списка использованных источников

В список использованных источников необходимо включать литературу, которой пользовался студент при написании курсовой работы. Список использованных источников должен включать 25-30 источников, включая учебники, учебные пособия, монографии, методические указания, специальную периодическую литературу.

2.2 Требования к изложению текста разделов курсовой работы

2.2.1 Изложение текста

Текст курсовой работы должен быть кратким, точным, не допускающим различных толкований, логически последовательным. В тексте должны применяться научно-технические термины, обозначения и определения, установленные соответствующими стандартами или общепринятые в научно-технической литературе.

В курсовой работе не допускается:

- применять обороты разговорной речи, техницизмы и профессионализмы;

- применять для одного и того же понятия различные научно-технические термины, близкие по смыслу (синонимы), а также иностранные слова и термины при наличии равнозначных слов и терминов в русском языке;

- применять произвольные словообразования;

- применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии и соответствующими государственными стандартами.

Условные буквенные обозначения величин, а также условные графические обозначения должны соответствовать требованиям государственных стандартов. Если в курсовой работе принята особая система сокращения слов или наименований, то в ней должен быть приведен перечень принятых сокращений, который помещают в конце курсовой работы.

Римские цифры следует применять только для обозначения сорта (категории, класса и др.) изделия, валентности химических элементов, кварталов года, полугодия. В остальных случаях применяются арабские цифры.

Обозначения единиц счета и единиц физических величин применяют в таблицах, пояснениях символов и числовых коэффициентов, входящих в формулы, и в тексте только при числовых значениях и записывают без точки.

Пример - 5 шт, 10 кг

В тексте курсовой работы, за исключением формул, таблиц и рисунков, не допускается:

- применять математический знак минус (-) перед отрицательными значениями величин (следует писать слово "минус");

- применять знак "Ø" для обозначения диаметра (следует писать слово "диаметр"). При указании размера или предельных отклонений диаметра на чертежах перед размерным числом следует писать знак "Ø".

- применять без числовых значений математические знаки, например, > (больше), < (меньше), = (равно), ≥ (больше или равно), ≤ (меньше или равно), ≠ (не равно), а также знаки № (номер) и % (процент).

2.2.2 Изложение перечислений

Внутри структурной единицы основного текста могут быть приведены перечисления. Перечисления могут выделяться либо знаком дефиса, либо, при необходимости ссылки в тексте на одно из перечислений, цифрами со скобкой. При детализации любого выделенного цифрой перечисления используют строчные буквы русского алфавита со скобкой:

Примеры

1 Для всех медицинских изделий установлены следующие дополнительные требования:

а) проведение контроля окружающей среды, который осуществляют в следующих случаях:

1) при поставке стерильных изделий;

2) при поставке нестерильных изделий, которые стерилизуются перед использованием;

б) установление поставщиком и соблюдение им требований к чистоте следующих изделий:

2 предварительно очищенных до стерилизации и / или использования;

а) поставляемых нестерильными, но подлежащими предстерилизационной очистке;

б) установление поставщиком требований по обслуживанию, если это может повлиять на качество изделия.

3 Различают следующие виды конфликтов:

а) по степени проявления.

2.2.3 Построение таблиц

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблицы согласно ГОСТ 2.105 - 95. Таблицу, в зависимости от её размера, помещают под текстом,

в котором впервые дана на неё ссылка, или на следующей странице, а при необходимости, в приложении к курсовой работе.

Допускается помещать таблицы вдоль длинной стороны листа курсовой работы.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Таблицы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Если в курсовой работе одна таблица, то она должна быть обозначена «Таблица 1» или «Таблица В.1», если таблица приведена в приложении В.

Допускается нумеровать таблицы в пределах самой крупной структурной единицы текста. В этом случае номер таблицы состоит из номера структурной единицы и порядкового номера таблицы, разделенных точкой. Слово «Таблица» и наименование помещают над таблицей.

Пример – Таблица 1 – Оценка значимости для потребителей характеристик женской обуви

или

Таблица 1.1 – Структура имущества предприятия и источников его образования ОАО «Юничел-Оренбург» в 2008-2011 годах

На все таблицы должны быть приведены ссылки в тексте курсовой работы, при ссылке писать «таблица» с указанием её номера.

Таблица может иметь заголовки и подзаголовки. Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы, а подзаголовки – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком.

Графы таблицы допускается нумеровать для облегчения ссылок в тексте, при делении таблицы на части, а также при переносе части таблицы на следующую страницу.

Графу «Номер по порядку» в таблицу включать не допускается. При необходимости нумерации показателей, параметров или других данных

порядковые номера следует указывать в первой графе (боковике) таблицы непосредственно перед их наименованием.

Если таблица не размещается на одном листе, допускается делить ее на части. Наименование таблицы пишут один раз над первой частью таблицы, над другими частями пишут слова «Продолжение таблицы» с указанием номера таблицы.

Если все показатели, приведенные в графах таблицы, выражены в одной и той же единице физической величины, то ее обозначение необходимо помещать над таблицей справа, а при делении ее на части – над каждой ее частью.

Повторяющийся в графе текст, состоящий из одного слова, допускается заменять кавычками, если строки в таблице не разделены линиями. Если повторяющийся текст состоит из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словами «то же», а далее кавычками.

В приложении Е приведен пример оформления таблицы.

2.2.4 Графический материал

Иллюстрации (рисунки, чертежи, схемы, диаграммы) выполняют на листах курсовой работы по ГОСТ 2.301 карандашом или черной тушью. Разрешается выполнять иллюстрации на печатающих и графических устройствах вывода ЭВМ.

Иллюстрации располагают после первой ссылки на них.

Допускается помещать иллюстрации вдоль длинной стороны текста с поворотом документа по часовой стрелке для чтения.

При наличии в курсовой работе таблиц, дополняющих графический материал, таблицы следует помещать после графического материала.

Графический материал может иметь тематическое наименование, которое помещают под ним и располагают следующим образом:

Пример - Рисунок 1 – Оценка коммерческой деятельности предприятия

При необходимости, под графическим материалом помещают поясняющие данные. Слово «Рисунок» и наименование помещают после поясняющих данных.

Все иллюстрации нумеруют арабскими цифрами сквозной нумерацией. Если один рисунок в тексте, то следует указать «Рисунок 1».

Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой.

При ссылках на иллюстрации следует писать: «...в соответствии с рисунком 2» при сквозной нумерации и «...в соответствии с рисунком 1.2» при нумерации в пределах раздела.

Пример - Рисунок 1.1 – Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности

Графический материал каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения.

Пример - Рисунок В.3 – Организационная структура ОАО «Юничел-Оренбург»

Рисунок (диаграмму, схему и т.п.), следует выполнять на одной странице. Если рисунок не уместится на одной странице, допускается переносить его на другие страницы. При этом тематическое наименование помещают на первой странице, поясняющие данные – на каждой странице и под ним пишут «Рисунок ..., лист ...».

Пример оформления иллюстрации приведен в Приложении Ж.

2.2.5 Формулы

В формулах в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами.

Значения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, должны быть приведены непосредственно под формулой. Значение каждого символа дают с новой строки в той последовательности, в которой они приведены в формуле. Первая строка расшифровки должна начинаться со слова «где» без двоеточия после нег

Формулы нумеруются сквозной нумерацией арабскими цифрами, в пределах записки, которые ставят на уровне формулы справа в круглых скобках. Одну формулу обозначают - (1).

Пример - Значения показателей сравниваемых образцов, рассчитанных по формуле:

$$K_i = \sum_{i=1}^n \times M_i \times P_i, \quad (1)$$

где K_i – комплексный показатель качества оцениваемой продукции, баллы;

M_i – коэффициент весомости i -го показателя;

P_i – значение оцениваемых единичных показателей, баллы.

Формулы, следующие одна за другой и не разделенные текстом, отделяют запятой.

Пример – Уровень качества или потребительского эффекта своего товара (K) и товара-конкурента (K_k) по формулам:

$$K = \sum_{i=1}^n \times a_i \times n_i / n_i^3; \quad (3)$$

$$K_k = \sum_{i=1}^n \times a_i \times n_i^k / n_i^3, \quad (4)$$

где a_i - количественная оценка значимости i -го параметра качества, баллы;

n_i, n_i^k - количественная оценка i -го параметра качества соответственно по своему изделию и по изделию-конкуренту, баллы;

i - номер параметра качества.

Переносить формулы на следующую строку допускается только на знаках выполняемых операций, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке операции умножения применяют знак "×".

Формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы должно быть оставлено не менее одной свободной строки.

Формулы, за исключением формул, помещаемых в приложении, должны нумероваться сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках. Одну формулу обозначают – (1).

Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках.

Пример - ... в формуле (1).

Порядок изложения в курсовой работе математических уравнений такой же, как и формул.

2.2.6 Примечания и сноски

Примечания приводят в курсовой работе, если необходимы поясняющие или справочные данные к содержанию текста, таблиц или графического материала. Примечания не должны содержать требований.

Примечания следует помещать непосредственно после текста, графического материала или в таблице, к которым относятся эти примечания, и печатать с прописной буквы с абзацного отступа. Если примечание одно, то после слова «Примечание» ставится тире. Примечание к таблице помещают в конце таблицы над линией, обозначающей окончание таблицы.

Одно примечание не нумеруют. Несколько примечаний нумеруют по порядку арабскими цифрами.

Примеры

1 Примечание - _____

Примечания

1 _____

2 _____

Если необходимо пояснить отдельные данные, приведенные в курсовой работе, то эти данные следует обозначать надстрочными знаками сноски.

Сноски в тексте располагают с абзацного отступа в конце страницы, на которой они обозначены, и отделяют от текста короткой тонкой горизонтальной линией с левой стороны, а к данным, расположенным в таблице, в конце таблицы над линией, обозначающей окончание таблицы.

Знак сноски ставят непосредственно после того слова, числа, символа, предложения, к которому дается пояснение, и перед текстом пояснения.

Знак сноски выполняют арабскими цифрами со скобкой и помещают на уровне верхнего обреза шрифта.

Пример - "... печатающее устройство ²⁾..."

Нумерация сносок отдельная для каждой страницы.

Допускается вместо цифр выполнять сноски звездочками: *.

Применение более четырех звездочек не допускается.

3 Общие требования к оформлению курсовой работы

3.1 Требование к оформлению текста курсовой работы

Текст курсовой работы выполняется на листах формата А4 (210 × 297 мм).

Текст выполняют с применением печатающих и графических устройств вывода ЭВМ. При выполнении курсовой работы на компьютере текст должен быть оформлен в текстовом редакторе Word for Windows версии не ниже 6.0. Тип шрифта: Times New Roman Cyr. Шрифт основного текста: обычный, размер 14 пт. Шрифт заголовков разделов: жирный, размер 16 пт. Шрифт заголовков подразделов: полужирный, размер 14 пт.

Межсимвольный интервал: обычный. Межстрочный интервал: одинарный, допускается полуторный.

Формулы должны быть оформлены в редакторе формул Equation Editor и вставлены в документ как объект.

Размеры шрифта для формул:

- обычный - 14 пт;
- крупный индекс - 10 пт;
- мелкий индекс - 8 пт;
- крупный символ - 20 пт;
- мелкий символ - 14 пт.

При подготовке текста необходимо добиться, чтобы весь графический материал полностью отображался как на экране в режиме предварительного просмотра, так и на страницах документа при его распечатке.

Это возможно, например, если графический материал вставлен в текст:

- либо командами **Вставка - Рисунок**, которые позволяют вставить рисунки из коллекции, из других программ и файлов, со сканера, созданные кнопками на панели рисования, автофигуры, объекты Word Art, диаграммы (все иллюстрации, вставляемые как рисунок должны быть преобразованы в формат графических файлов, поддерживаемых Word);

- либо командами **Вставка - Объект**, при этом необходимо, чтобы объект, в котором создан вставляемый графический материал поддерживался редактором Word стандартной конфигурации.

Графические фрагменты, получаемые путем сканирования должны быть высокого качества, с разрешением не менее 300 dpi, с последующим сохранением в формате TIFF или JPEG. Их вставка в документ должна осуществляться с помощью команды **Вставка - Рисунок - Из файла...**

Расстояния между заголовками структурных единиц основного текста (глав, параграфов и подпараграфов) должно быть равно 10 мм, расстояния между заголовками структурных единиц основного текста и текстом (предыдущим и последующим) должно быть равно 15 мм. Расстояние между основаниями строк заголовков принимают таким же, как в тексте (в случае, когда заголовок состоит из нескольких предложений, не помещающихся на одной строке). После заголовка в конце страницы должно быть не менее трех строк текста. Каждую главу рекомендуется начинать с нового листа.

Опечатки, описки, графические неточности, обнаруженные в процессе выполнения курсовой работы, допускается выполнять подчисткой или закрашиванием белой краской и нанесением в том же месте исправленного текста машинописным способом или черными чернилами, помарки и следы не полностью удаленного прежнего текста, а также повреждения листов курсовой работы не допускаются.

Слова «Содержание», «Введение», «Заключение» записывают симметрично тексту, включают в содержание курсовой работы, данные заголовки не нумеруют.

Готовая курсовая работа должна быть сброшюрована.

Содержание курсовой работы выполняется по установленному образцу и имеет номер страницы 3.

3.2 Требования к оформлению страниц курсовой работы

Текст курсовой работы рекомендуется печатать без выполнения рамки, соблюдая следующие размеры полей:

- верхнее – не менее 20 мм;
- правое – не менее 10 мм;
- левое – не менее 30 мм;
- нижнее – не менее 20 мм.

Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки в конце. Номер страницы входит в текстовое поле и располагается на расстоянии 5 мм от нижней строки. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц. На титульном листе номер страницы «1» не проставляется.

При формировании страницы от абзаца не должно отрываться (переноситься на другую страницу или оставаться на ней) менее двух строк. Страницы курсовой работы должны быть заполнены не менее, чем на 90 %.

4 Тематика курсовых работ

Тематика курсовых работ по дисциплине «Коммерция» включает следующие наименования:

- 1 Организация коммерческой деятельности предприятия в сфере рекламы.
- 2 Принципы и механизм коммерческих отношений участников товарооборота.
- 3 Формирование экономических отношений предприятиями в сфере коммерции.
- 4 Формы кооперации в торговле, перспективы их развития.
- 5 Анализ и оценка потенциала торгового предприятия в современных условиях.
- 6 Искусство закупки и продажи товаров в условиях рынка.
- 7 Оценка и методы принятия оптимальных решений в сфере коммерции.
- 8 Ассортиментная политика торгового предприятия.
- 9 Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности.
- 10 Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка.
- 11 Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятия.
- 12 Автоматизация коммерческой деятельности.
- 13 Методы определения цены экспортных товаров.
- 14 Методы определения цены импортных товаров.
- 15 Ценообразование на мировом рынке.
- 16 Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия.
- 17 Организация биржевой торговли.
- 18 Организация аукционной торговли.
- 19 Анализ и оценка конкурентоспособности услуг розничных предприятий торговли.

20 Моделирование конкурентоспособности продукции предприятия.

21 Определение конкурентоспособности продовольственных товаров (на примере конкретного товара).

22 Обеспечение конкурентоспособности товаров легкой промышленности.

23 Изучение факторов, определение номенклатуры показателей и оценка конкурентоспособности товара (на примере конкретного товара).

21 Проблемы повышения конкурентоспособности отечественных товаров (на примере конкретного товара).

22 Оценка и менеджмент конкурентоспособности продукции.

23 Проблемы повышения уровня конкурентоспособности продукции предприятия.

5 Примерное содержание теоретической части курсовой работы по темам

1. Организация коммерческой деятельности предприятия в сфере рекламы.

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть сущность организации коммерческой деятельности в сфере рекламы. Понятие коммерческой деятельности в рекламном агентстве. Рынок сбыта услуг. Формы и методы реализации услуг.

В практической части курсовой работы нужно рассмотреть деятельность рекламного агентства за ряд лет.

В третьей части курсовой работы нужно выявить пути совершенствования коммерческой деятельности в рекламном агентстве и ожидаемый экономический эффект.

Тема 2 - Принципы и механизм коммерческих отношений участников товарооборота.

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть: хозяйственные связи по поставке товаров их особенности в современных условиях.

В практической части курсовой работы нужно рассмотреть на примере конкретного предприятия: поставщиков торгового предприятия, их характеристики; порядок заключения договоров с поставщиками, анализ их выполнения, имущественную ответственность за выполнение договорных обязательств; организационно-правовые характеристики предприятия, его основные экономические показатели за ряд лет.

В третьей части курсовой работы нужно сделать выводы и предложения для данного предприятия.

Тема 3 - Формирование экономических отношений предприятиями в сфере коммерции.

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть: экономических отношений предприятиями в сфере коммерции, формирование хозяйственных связей по поставке и реализации товаров, их особенности в современных условиях.

В практической части курсовой работы нужно рассмотреть на примере конкретного предприятия: поставщиков и посредников торгового предприятия, их характеристики; порядок заключения договоров с поставщиками и посредниками по купле продаже товаров, анализ их выполнения, имущественную ответственность за не выполнение договорных обязательств; организационно-правовые характеристики предприятия, его основные экономические показатели за ряд лет.

В третьей части курсовой работы нужно сделать выводы и предложения для данного предприятия.

Тема 4 - Формы кооперации в торговле, перспективы их развития.

В курсовой работе необходимо рассмотреть: Кооперацию в торговле и её роль в экономике. Характерные особенности розничной кооперации на примере любой страны. Внедрение в торговлю современных технических средств и их эффективность. Перспективы развития форм кооперации в России.

Тема 5 - Анализ и оценка потенциала торгового предприятия в современных условиях.

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть: Понятие коммерческой деятельности торгового предприятия. Формы и методы реализации товаров. Основные показатели и методики оценки коммерческой деятельности торгового предприятия

В практической части курсовой работы нужно рассмотреть деятельность торгового предприятия за ряд лет.

В третьей части курсовой работы нужно выявить пути совершенствования коммерческой деятельности торгового предприятия и ожидаемый экономический эффект.

Тема 6 - Искусство закупки и продажи товаров в условиях рынка.

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть: значение и содержание закупочной деятельности; закупку товаров на оптовых ярмарках; особенность договора поставки и его содержания; контроль исполнения договоров в ходе реализации товаров.

В практической части курсовой работы нужно рассмотреть на примере крупного магазина: организацию коммерческой деятельности по закупке и реализации товаров, организационно-правовую характеристику магазина, его основные экономические показатели.

В третьей части курсовой работы нужно сделать выводы и предложения для данного магазина.

Тема 7 - Оценка и методы принятия оптимальных решений в сфере коммерции.

В курсовой работе необходимо рассмотреть: Коммерция сущность, содержание и её роль в экономике. Характерные особенности розничной или оптовой торговли на примере любой страны. Методы принятия оптимальных решений на оптовом или розничном предприятии. Оценка функционирования торгового предприятия в кризисных условиях.

Тема 8 - Ассортиментная политика торгового предприятия.

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть ассортиментную политику в торговле. Понятие и классификацию ассортимента. Товарные запасы в торговле. Принципы подбора ассортимента. Управление товарными запасами. Роль товарных запасов в торговле. Планирование ассортимента.

В практической части курсовой работы нужно рассмотреть на примере конкретного магазина: принципы функционирования магазина; ассортимент товаров в магазине; товарные запасы магазина.

В третьей части курсовой работы нужно сделать выводы и предложения для данного магазина.

Тема 9 - Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности.

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть: значение и содержание планирования деятельности предприятия; планирование закупки и реализации товаров на торговом предприятии; виды и методы стратегического планирования в торговле.

В практической части курсовой работы нужно рассмотреть на примере крупного магазина: организацию коммерческой деятельности по закупке и реализации товаров, организационно-правовую характеристику магазина, его основные экономические показатели за ряд лет

В третьей части курсовой работы нужно сделать выводы и предложения по стратегическому развитию для данного магазина на ближайшие 10 лет.

Тема 10 - Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка.

В курсовой работе необходимо рассмотреть: бизнес-план торгового предприятия; капитал фирмы его структуру; управление капиталом вложенные в основные средства предприятий; систему показателей анализа эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия; основные финансовые документы коммерческого предприятия.

В практической части курсовой работы необходимо остановиться на раскрытии вопросов теоретической части на примере конкретного торгового предприятия.

В третьей части курсовой работы нужно сделать выводы и предложения для рассматриваемого магазина

Тема 11 - Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятия.

В курсовой работе необходимо рассмотреть: формы организации труда коммерческих служб торгового предприятия; рациональное разделение труда работников в магазине; обслуживание рабочих мест; приёмы и методы труда.

В практической части курсовой работы необходимо остановиться на раскрытии вопросов теоретической части на примере одного предприятия.

В третьей части курсовой работы нужно сделать выводы и предложения для предприятия.

Тема 12 - Автоматизация коммерческой деятельности.

В теоретической части курсовой работы необходимо описать историю развития торговли в России; современные технологии торговли и штрихового кодирования; дать определения POS –терминалам и рассмотреть способы их использования.

В практической части курсовой работы необходимо остановиться на раскрытии вопросов теоретической части на примере нескольких магазинов.

В третьей части курсовой работы нужно сделать выводы и предложения для предприятия.

Тема 13 - Организация биржевой торговли.

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть: понятие биржи, классификация бирж; цели торговли; сущность и содержание биржевой торговли; правила проведения биржевой торговли; обязанности сторон.

В практической части курсовой работы нужно рассмотреть предприятие, занимающиеся биржевой торговлей на территории Оренбургской области.

В третьей части курсовой работы нужно сделать выводы и предложения для рассматриваемого предприятия.

Тема 14 - Организация аукционной торговли.

В теоретической части курсовой работы необходимо рассмотреть: понятие аукциона; классификацию аукционов в России и за рубежом; цели торговли; сущность и содержание аукционной торговли; правила проведения аукционов; обязанности сторон.

В практической части курсовой работы нужно рассмотреть предприятие, занимающиеся аукционной торговлей на территории Оренбургской области.

В третьей части курсовой работы нужно сделать выводы и предложения для рассматриваемого предприятия.

Тема 15 - Анализ и оценка конкурентоспособности услуг розничных предприятий торговли.

Виды услуг, их характеристика. Виды конкуренции и оценка состояния конкурентной среды. Критерии конкурентоспособности услуг предприятия. Оценка конкурентоспособности услуг. Пути повышения конкурентоспособности услуг в сфере производства и обслуживания. Факторы формирования потребительских предпочтений. Методы обеспечения конкурентоспособности услуг.

Тема 16 - Моделирование конкурентоспособности продукции предприятия.

Цели и задачи моделирования конкурентоспособности продукции. Подходы к математическому моделированию конкурентоспособности продукции. Достоинства предлагаемого подхода. Понятие и сущность качества продукции. Показатели качества продукции. Учет потребительских предпочтений – обязательный фактор моделирования конкурентоспособности продукции. Ценовые факторы конкурентоспособности. Этапы моделирования конкурентоспособности продукции предприятия. Предложения.

Тема 17 - Определение конкурентоспособности продовольственных товаров (на примере конкретного товара).

Современные представления о конкурентоспособности: основные виды конкурентоспособности, конкурирующие товары, конкуренция, основополагающие принципы. Проблемы качества и конкурентоспособности продовольственных товаров. Конкурентоспособность как экономическая категория. Взаимодействие элементов экономической системы на потребительском рынке. Поведение потребителей на свободном рынке продовольственных товаров. Мотивация потребителей. Теория потребительского поведения. Показатели конкурентоспособности. Подходы в оценке конкурентоспособности продовольственных товаров по показателям

качества. Предложения по повышению конкурентоспособности продовольственных товаров.

Тема 18 - Обеспечение конкурентоспособности товаров легкой промышленности.

Исследование рынка товаров легкой промышленности Оренбургской области. Показатели, влияющие на потребительский спрос товаров легкой промышленности: цена, качество, новизна изделия, стимулирование сбыта, товарный знак, реклама, упаковка. Сертификация продукции. Сегментация рынков и ее влияние на конкурентоспособность товаров легкой промышленности. Система мероприятий по формированию конкурентоспособности. Этапы оценки конкурентоспособности товаров. Методы (пути) обеспечения конкурентоспособности товаров легкой промышленности.

Тема 19 - Изучение факторов, определение номенклатуры показателей и оценка конкурентоспособности товара (на примере конкретного товара).

Анализ рыночной ситуации. Изучение ассортимента. Показатели потребительских свойств основных видов товара и их цена. Комплексная оценка конкурентоспособности товара. Пути повышения конкурентоспособности товара.

Тема 20 - Проблемы повышения конкурентоспособности отечественных товаров (на примере конкретного товара).

Состояние рынка в современной России. Проблемы национальной экономики. Положение отечественных товаропроизводителей. Маркетинг как фактор повышения конкурентоспособности товаров предприятий легкой промышленности.

Тема 21 - Оценка и менеджмент конкурентоспособности продукции.

Современные взгляды о конкурентоспособности товара. Сущность конкурентоспособности. Механизм оценки конкурентоспособности. Анализ полученных результатов оценки. Заключение об уровне

конкурентоспособности товара. Способы и средства управления конкурентоспособностью продукции на предприятии.

Тема 22 - Проблемы повышения уровня конкурентоспособности продукции предприятия.

Современные условия развития экономики предприятия. Системы внешней и внутренней сфер деятельности предприятия. Условия развития совершенной рыночной конкуренции: рыночная сфера, интегральные факторы (инновационные, инвестиционные, финансовые, социальные, экономические), специфические факторы (законодательные, правовые, транспортные, нормативные, научно-технические, производственные). Закономерности и тенденции развития рыночной конкуренции. Пути повышения уровня конкурентоспособности продукции предприятия.

6 Литература, рекомендуемая студентам для изучения при выполнении курсовой работы

6.1 Основная литература

6.1.1 Алексеева, М. М. Планирование деятельности фирмы / М.М. Алексеева. - М.: Финансы и статистика, 2009. – 386 с. - ISBN 5-8297-0255-X.

6.1.2 Аткина, Н. А. Стратегическое планирование использование рыночного потенциала предприятия / Н.А. Аткин // Менеджмент в России и за рубежом. - 2010. - № 2.- С. 3 – 12.

6.1.3 Балабанов, И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта / И.Т. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 2008. – 466 с. - ISBN 5-16-002589-8.

6.1.4 Баринов, В. А. Экономика фирмы: стратегическое планирование: учебное пособие для ВУЗов / В.А. Баринов. – М.: КНОРУС, 2009. – 240 с. – ISBN 5-94761-010-8.

6.1.5 Бороненкова, С. А. Управленческий анализ: учеб. пособие / С.А. Бороненкова. - М.: Финансы и статистика, 2009. – 384 с. - ISBN 5-279-02377-9

6.1.6 Бражников, М. А. Оперативно-календарное планирование. Оценка зарубежного опыта / М.А. Бражников // Справочник. Инженерный журнал. - 2008. - № 3. – С. 47 – 52.

6.1.7 Быкадоров В. Л. Финансово-экономическое состояние предприятия / В.Л. Быкадоров. – М.: ПРИОР-СТРИКС, 2010. – 465 с. - ISBN 5-644- 01890-8.

6.1.8 Градова А. П. Экономическая стратегия фирмы: учебное пособие / А.П. Градова. – СПб.: Специальная литература, 2010. – 336 с.- ISBN 5-377-00106-4.

6.1.9 Дятловская, И.С. Мифы о неприменимости и мировая практика сценарного планирования / И.С. Дятловская // Менеджмент в России и за рубежом. - 2010 - № 1. - С. 137 – 142.

6.2 Дополнительная литература

6.2.1 Лаева, Т.В. Сценарный анализ как основа стратегического планирования в организации / Т.В. Лаева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. - №2. – С. 56 – 63.

6.2.2 Любанова, Т.П. Стратегическое планирование на предприятии: учеб. пособие для ВУЗов / Т.П. Любанова. – М.: «Издательство ПРИОР», 2010. – 272 с. – ISBN 5-241-00604-4.

6.2.3 Мамонов, В.И. Стратегическое планирование деятельности компаний и роль маркетинговых исследований / В.И.Мамонов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. - № 2. - С. 13 – 20.

6.2.4 Петросов, А.А. Стратегическое планирование и прогнозирование: учебное пособие / А.А. Петросов. – М.: Издательство Московского государственного горного университета, 2010. – 464 с. – ISBN 5-7418-0145-5.

6.2.5 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Г.В. Савицкая. – 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2009. – 425 с. - ISBN 5-16-001955-3

6.2.6 Саетова, Г.Р. Внутрифирменное планирование в аспекте непрерывности / Г.Р. Саетова, А.С. Пуряев // Машиностроитель. – 2010. - № 1. - С. 46 – 49.

6.2.7 Синюхин, С.А. Система повышения эффективности планирования производства на предприятиях промышленности / С.А. Синюхин // Известия вузов. Машиностроение. – 2010. - № 4. - С. 63 – 70.

6.2.8 Старцев, Б.В. Новые подходы к оперативному планированию производственной программы предприятия / Б.В. Старцев, О.В. Блинова, Ю.И. Михайлов // Современная торговля. - 2010. - № 2. - С. 32 – 34.

6.2.9 Фащевский, В. Н. Об анализе платежеспособности и ликвидности предприятия / В.Н. Фащевский // Бухгалтерский учет. – 2009. - № 11. - С. 27 - 28.

6.2.10 Шадрина, Г.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Шадрина. – М.: ООО Фирма «Благовест-В», 2010. – 184 с. - ISBN 5-85838-114-7

6.2.11 Шинкаренко, П. Стратегическое планирование и развитие предприятия / П.Шинкаренко // Финансовый бизнес. – 2010. - № 5. - С. 73 – 80.

6.3 Периодическая литература

6.3.1 Маркетинг в России и за рубежом: журнал / учредитель Федеральная контрактная корпорация «Росконтракт». – М.: Изд-во «Финпресс». – 2008-2011.

6.3.2 Маркетинг и маркетинговые исследования: журнал / учредитель Государственный университет управления. – М.: ЗАО «Издательский дом Гребенникова». – 2008-2011.

6.3.3 Маркетинг: журнал / учредитель Центр маркетинговых исследований и менеджмента. – М.: Центр маркетинговых исследований и менеджмента. – 2008-2011.

Заключение

В методических указаниях представлены требования к построению, содержанию и оформлению курсовой работы, выполняемой студентами всех форм обучения специальности 032401 – «Реклама» при изучении курса «Коммерция».

Выполнение курсовой работы является формой самостоятельной учебной работы студентов и должно осуществляться в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта по специальности, а также требованиями стандартов по оформлению курсовых работ.

Основные положения выполненной студентом курсовой работы подлежат публичной защите с возможностью обсуждения полученных студентом результатов и предложенных мероприятий по совершенствованию коммерческой деятельности предприятия студентами и преподавателями выпускающей кафедры по профилю специальности.

Список использованных источников

1 СТО 02069024.101–2010 Работы студенческие. Общие требования и правила оформления. - Введ. 2010–10-01. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2010. – 93 с.

2 Багиев, Г.Л. Маркетинг: учеб. для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн.- 3-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2001, 2005, 2007. – 736 с. (Учебник для вузов). – ISBN 5-469-00482-1.

3 Мамонов, В.И. Стратегическое планирование деятельности компаний и роль маркетинговых исследований / В.И.Мамонов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. - № 2. - С. 13 – 20.

4 Петросов, А.А. Стратегическое планирование и прогнозирование: учебное пособие / А.А. Петросов. – М.: Издательство Московского государственного горного университета, 2009. – 464 с. – ISBN 5-7418-0145-5.

5 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Г.В. Савицкая. – 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2009. – 425 с. - ISBN 5-16-001955-3

6 Саетова, Г.Р. Внутрифирменное планирование в аспекте непрерывности / Г.Р.Саетова, А.С.Пуряев // Машиностроитель. – 2010. - № 1. - С. 46 – 49.

7 Старцев, Б.В. Новые подходы к оперативному планированию производственной программы предприятия / Б.В. Старцев, О.В. Блинова, Ю.И. Михайлов // Современная торговля. - 2010. - № 2. - С. 32 – 34.

Приложение А

(обязательное)

Правила присвоения классификационного кода

	X	XXXXXX.XX	X	X	XX.	XX	XX
Код организации-разработчика ГОУ ОГУ							
Шифр специальности (100103.65)							
Код вида документации							
Дипломный проект – 1							
Дипломная работа – 2							
Дипломная работа для нетехнических специальностей – 3							
Курсовой проект – 4							
Курсовая работа – 5							
РГР – 6							
УИРС – 7							
Реферат – 8							
Практика – 9							
Характеристика тем							
Без указания – 0							
Конструкторская – 1							
Технологическая – 2							
Исследовательская – 3							
Комбинированная – 4							
Год издания работы							
Обозначается двумя последними цифрами календарного года, в котором защищается проект, работа, реферат							
Порядковый номер исполнителя.							
Берется по журналу данной группы, в котором список студентов приведен в алфавитном порядке							
Шифр документа							
ПЗ – пояснительная записка							
О – отчет по РГР							
У – отчет по УИРС							
Р – реферат							
П – отчет по практике							
ОО – для нетехнических специальностей							

Рисунок А.1 - Структура обозначения учебной документации

ГОУ ОГУ 100103.65.5011.03 00

Рисунок А.2 – Пример классификационного кода курсовой работы

Приложение Б

(обязательное)

Пример оформления титульного листа курсовой работы

Министерство образования и науки Российской Федерации
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и управления
Кафедра маркетинга и коммерции

КУРСОВАЯ РАБОТА(16 пт)

по дисциплине «Коммерция»

Оценка коммерческой деятельности розничного предприятия

(16 пт)

ГОУ ОГУ 032401.5011.04 00

Руководитель работы
старший преподаватель
_____ А.М. Ситжанова
«_____» _____ 2011 г.

Исполнитель работы
студент гр. 05 Рек
_____ И.Л. Полякова
«_____» _____ 2011 г.

Оренбург 2011

Приложение В

(обязательное)

Пример оформления бланка задания на курсовую работу

Министерство образования и науки Российской Федерации
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и управления
Кафедра маркетинга и коммерции

Задание на курсовую работу (16 пт)

Оценка коммерческой деятельности розничного предприятия

Исходные данные:	ГОСТ 28735-90 Обувь модельная. Технические условия. Формулы для оценки группового и интегрального показателей конкурентоспособности, работы зарубежных и отечественных экономистов по этой теме.
Перечень подлежащих разработке вопросов:	а) раскрыть содержание понятия конкурентоспособность товара; б) выявить виды конкуренции и конкурентоспособности; в).....
Перечень графического материала:	Таблицы, характеризующие особенности оценки конкурентоспособности продукции предприятия; рисунки, отражающие влияние различных факторов на уровень конкурентоспособности товара предприятия.

Дата выдачи задания « ____ » _____ 2011 г.

Руководитель _____ А.М Ситжанова

Исполнитель

студент группы 08 Рек _____ С.А. Иванов

Срок защиты работы « ____ » _____ 2011 г.

Приложение Г

(справочное)

Пример оформления структурного элемента «Содержание»

Содержание

Введение	4
1 Конкурентоспособный товар – основа успешного внедрения продукции на рынок.....	5
1.1 Сущность конкуренции и конкурентоспособности.....	5
1.2 Показатели конкурентоспособности товара.....	9
1.3 Основные этапы оценки конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения.....	12
2 Исследование конкурентоспособности женской обуви, производимой ОАО «Юничел-Оренбург».....	18
2.1 Изучение состояния обувного рынка.....	18
2.2 Характеристика предприятия.....	20
2.3 Организация производства и контроля качества на предприятии.....	24
3 Рекомендации по повышению конкурентоспособности женской обуви ОАО «Юничел-Оренбург».....	32
3.1 Оценка конкурентоспособности женской обуви.....	32
3.2 Рекомендации по улучшению качества обуви.....	36
3.3 Расширение ассортимента женской обуви.....	38
Заключение	39
Список использованных источников.....	40
Приложение А.....	41
Приложение Б.....	42
Приложение В.....	41

Приложение Д

(справочное)

Пример оформления списка использованных источников

Список использованных источников

1 Аткина, Н.А. Стратегическое планирование использование рыночного потенциала предприятия / Н.А. Аткин // Менеджмент в России и за рубежом. - 2011. - № 2.- С. 3 – 12.

2 Балабанов, И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта / И.Т. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 2010. – 466 с. - ISBN 5-16-002589-8.

3 Баринов, В.А. Экономика фирмы: стратегическое планирование: учебное пособие для ВУЗов / В.А. Баринов. – М.: КНОРУС, 2008. – 240 с. – ISBN 5-94761-010-8.

4 Бороненкова, С.А. Управленческий анализ: учеб. пособие / С.А. Бороненкова. - М.: Финансы и статистика, 2007. – 384 с. - ISBN 5-279-02377-9

5 Бражников, М.А. Оперативно-календарное планирование. Оценка зарубежного опыта / М.А. Бражников // Справочник. Инженерный журнал. - 2007. - № 3. – С. 47 – 52.

6 Быкадоров, В. Л. Финансово-экономическое состояние предприятия / В.Л. Быкадоров. – М.: ПРИОР-СТРИКС, 2009. – 465 с. - ISBN 5-644-01890-8.

7 Градова, А. П. Экономическая стратегия фирмы: учебное пособие / А.П. Градова. – СПб.: Специальная литература, 2008. – 336 с. -ISBN 5-377-00106-4.

Приложение Е

(справочное)

Пример оформления таблицы

Таблица Е.1 - Импорт обуви с верхом из кожи

тыс. пар

Страна	2009 г.			2010 г.			I полу- годие 2010 г. в % к I полугод ию 2009 г.
	квартал		I полу- годие	квартал		I полу- годие	
	I	II		I	II		
Всего:	2254,4	4655,1	6909,5	4541,6	3442,1	7956,7	115
в том числе:							
из стран дальнего зарубежья	1221,7	1982,9	3204,6	3334,4	1777,7	5112,1	160
Бразилия	24,6	40,2	64,8	81,4	29,8	111,2	172
Германия	139,4	116,0	255,4	228,6	348,9	577,5	226
Дания	24,0	75,2	99,2	98,9	79,6	178,5	180
Испания	53,0	25,7	78,7	83,6	35,2	118,8	151
Италия	130,6	255,8	386,4	227,4	161,4	388,8	101
Китай	526,6	1117,7	1644,3	2167,6	701,9	2869,5	175
Португалия	7,9	11,0	18,9	61,6	58,0	119,6	633
Турция	92,2	148,1	239,3	53,6	82,4	136,0	57
из стран СНГ	1032,7	2672,1	3704,8	1180,2	1664,4	2844,6	77
Беларусь	421,3	1335,8	1757,1	977,3	1223,7	2201,0	125
Молдова	312,3	683,2	985,5	146,2	274,3	420,5	43
Украина	281,6	606,0	887,6	56,0	142,6	198,6	224

Приложение Ж

(справочное)

Пример оформления иллюстрации



Рисунок Ж.1 - Оценка конкурентоспособности товара

Приложение К

(обязательное)

Пример оформления аннотации

Аннотация

В данной курсовой работе рассматриваются теоретические и практические вопросы организации коммерческой деятельности осуществляемой предприятием на примере Открытого акционерного общества «Ореншаль».

Структура данной курсовой работы выглядит следующим образом. Первый раздел отражает теоретические основы и особенности организации коммерции, которую осуществляет ОАО «Ореншаль», а также особенности ведения закупочной и сбытовой деятельности на исследуемом предприятии.

Во втором разделе рассмотрены теоретические и практические аспекты анализа организации коммерческой деятельности. Проведен экономический анализ ОАО «Ореншаль».

В третьем разделе сформулированы проблемы и перспективы развития коммерческой деятельности исследуемого предприятия.

Работа выполнена печатным способом на 42 страницах с использованием 25 источников, содержит 10 таблиц и 3 приложения.