

**Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования**

**РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Воронежский филиал**

Отделение среднего профессионального образования

А. Л. Никитина

ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ВЫПОЛНЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Методические рекомендации
для студентов отделения
среднего профессионального образования
специальности 100701 Коммерция (по отраслям)

Воронеж 2013

Н62

Рецензент:

к. э. н., доцент кафедры коммерции и товароведения
Воронежского филиала ФГБОУ ВПО РГТЭУ *Л. В. Смарчкова*

Издается по решению Совета отделения среднего профессионального образования Воронежского филиала РГТЭУ.

Н62

Никитина А. Л. Организация коммерческой деятельности. Выполнение курсовой работы. Методические рекомендации для студентов отделения среднего профессионального образования специальности 100701 Коммерция (по отраслям) [Электронный ресурс] / А. Л. Никитина – Электрон. текстовые дан. (0,208 МБ). – Воронеж: Воронежский филиал РГТЭУ, 2013. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Pentium III и выше; RAM: 128 Мб и выше; Windows 2003 или Windows xp; разрешение экрана: не менее 800x600; CD-ROM дисковод. – Загл. с экрана.

В методических рекомендациях содержатся требования, предъявляемые к курсовым работам, описаны этапы процесса выполнения курсовой работы. Особое внимание уделено подбору, изучению, анализу литературы и отбору фактического материала. Полезным является рассмотрение характерных особенностей, которыми обладает стиль письменной научной речи. Приведен перечень курсовых работ и примерные планы к ним. Дан список литературы, рекомендуемой к изучению.

Методические рекомендации издаются в авторской редакции.

Сведения об авторах:

Никитина Алесия Львовна - преподаватель отделения среднего профессионального образования Воронежского филиала ФГБОУ ВПО РГТЭУ.

© Никитина А. Л., 2013

© Воронежский филиал РГТЭУ, 2013

Оглавление

Пояснительная записка	4
1. Общие положения	5
2. Подбор, изучение, анализ литературы и отбор фактического материала.....	6
3. Стиль изложения научных материалов.....	9
4. Структура и содержание курсовой работы.....	10
5. Требования к содержанию и оформлению курсовой работы	13
5.1 Содержание пояснительной записки	13
5.2 Оформление курсовой работы и иллюстративных материалов	14
6. Примерный перечень курсовых работ	17
7. Примерные планы курсовых работ	18
ЛИТЕРАТУРА	300
ПРИЛОЖЕНИЕ	322

Пояснительная записка

Данные методические рекомендации направлены на оказание помощи студентам отделения среднего профессионального образования специальности 100701 Коммерция (по отраслям) в организации работы по выполнению курсовой работы по междисциплинарному курсу «Организация коммерческой деятельности».

В методических рекомендациях содержатся требования, предъявляемые к курсовым работам, описаны этапы процесса выполнения курсовой работы. Особое внимание уделено подбору, изучению, анализу литературы и отбору фактического материала.

Полезным является рассмотрение характерных особенностей, которыми обладает стиль письменной научной речи.

Приведен перечень курсовых работ и примерные планы к ним.

Дан список литературы, рекомендуемой к изучению.

1. Общие положения

Курсовая работа предусмотрена учебным планом и является завершающим этапом изучения междисциплинарного курса «Организация коммерческой деятельности».

Цель выполнения курсовой работы – научить студента самостоятельно проводить научные исследования, обобщать и углублять полученные знания, применять их для решения практических задач, выдвигать и защищать собственные суждения.

К курсовой работе предъявляются следующие требования.

Курсовая работа должна быть написана самостоятельно.

Изложение темы следует подкреплять фактическими данными, сопоставлениями, расчетами, графиками, таблицами.

Работа должна содержать практическую часть (решение практической задачи; анализ ситуации; сбор, обработка и анализ статистических данных; составление кейса по данной теме, разработка проекта и др.).

Процесс выполнения курсовой работы состоит из следующих этапов:

1. Выбор темы.
2. Подбор, изучение и анализ литературы по избранной теме.
3. Составление плана курсовой работы.
4. Сбор и обработка фактического и нормативного материала.
5. Написание текста курсовой работы и разработка приложений.
6. Оформление курсовой работы.

Студентам предоставляется право выбора любой темы из перечня. Студент также может предложить свою тему курсовой работы, но обосновав при этом целесообразность ее разработки.

Одновременно назначается руководитель курсовой работы и устанавливаются сроки ее исполнения.

Объем курсовой работы составляет 25-30 страниц машинописного текста и включает в себя введение, несколько глав, заключение.

Структурно курсовая работа состоит из двух частей: теоретической и практической.

В теоретической части курсовой работы необходимо провести анализ литературы по рассматриваемому вопросу. Написание теоретической части должно включать анализ нескольких точек зрения на данную проблему с акцентом на их положительных и отрицательных сторонах, а также собственную позицию студента. Материал, используемый в курсовой работе из других литературных источников, должен быть переработан, связан с темой курсовой работы и изложен своими словами.

Практическая часть курсовой работы предусматривает применение и закрепление на практике полученных теоретических знаний. Источниками для написания практической части являются данные статистической отчетности,

отчеты предприятий, нормативные и методические материалы, информация о конъюнктуре рынка, сведения о потребителях продукции, СМИ.

В курсовой работе может присутствовать также и проектная часть, в которой на основании предыдущих теоретической и практической частей самостоятельно разрабатываются предложения и направления по исследуемой проблеме, обосновывается целесообразность их реализации.

Взаимодействие научного руководителя и студента

Написание курсовой работы осуществляется под руководством преподавателя – руководителя работы. Руководство начинается с утверждения темы и продолжается в форме консультаций.

Студент во время консультаций уточняет круг вопросов, подлежащих изучению, составляет план исследования, структуру работы, сроки выполнения ее этапов, определяет необходимую литературу и другие материалы, а также устраняет недостатки в работе, на которые указывает руководитель.

2. Подбор, изучение, анализ литературы и отбор фактического материала

Подбор литературы целесообразно начинать с изучения тех книг и периодических изданий, которые рекомендованы по изучаемому курсу и которые близки к выбранной теме курсовой работы.

Знакомиться с литературой рекомендуется в следующей последовательности: руководящие документы (вначале законы, затем законодательные акты), научные издания (первоначально книги, затем периодические издания), статистические данные. При этом вначале целесообразно изучить самые свежие публикации, затем – более ранние.

При подборе нормативно-правовых актов необходимо использовать возможности тематического поиска документов в справочной правовой системе «Гарант», а также в других справочных системах («Консультант», «Кодекс» и др.). Эти справочно-информационные системы значительно облегчают тематический поиск необходимых нормативных документов.

Статистический и аналитический материал, связанный с протекающими в экономике процессами, можно получить через Интернет. При этом очень важным является умение работать в поисковых системах.

Для подбора изданий по интересующей теме могут быть использованы списки литературы, содержащиеся в уже проведенных исследованиях.

Одним из основных аспектов работы с литературой является определение главного в данном источнике, при этом не нужно читать его целиком. В издании изучается: заглавие; фамилия автора; наименование издательства (или

учреждения, выпустившего книгу); время издания; аннотация; оглавление; введение или предисловие; справочно-библиографический аппарат (список литературы, указатели и т.д.), иллюстративный материал.

При изучении заглавия следует сопоставить его с темой курсовой работы. Если заглавие совпадает с темой или уже ее, то представляет интерес весь материал публикации. Если заглавие шире темы, то интересна будет только часть издания.

Известность автора важна для исследования. Если автор широко известен, то книга будет содержать устоявшиеся положения. Если автор малоизвестен, то к материалу следует подходить с критических позиций и обращать внимание на доказательства приводимых положений. Работы малоизвестных авторов не менее важны, чем публикации известных ученых, поскольку малоизвестные авторы – это начинающие исследователи. Именно они выдвигают и доказывают новые положения.

Наименование издательства может содержать информацию о качестве опубликованного материала. Современные книжные издательства специализируются на определенной тематике и предъявляют разные требования к качеству работ. Среди издательств, специализирующихся на экономической литературе, широко известны такие, как «Финансы и статистика», «Инфра - М», «Дело и Сервис», ЮНИТИ, штат которых укомплектован высококвалифицированными сотрудниками, обеспечивающими качественную подготовку к изданию наиболее интересных и актуальных работ.

Если книга выпущена учреждением, то она, как правило, отражает взгляды какой-то школы экономистов. Анализ такой книги должен быть направлен на поиск новых положений, которые следует оценивать критически.

Время издания отражает особенности того исторического периода, в которых писалась книга. Материалы, опубликованные до начала 90-х годов, характеризуются идеологизированностью и рассмотрением процессов с марксистско-ленинских позиций. Период с начала 1990-1998 гг. характеризовался эйфорией реформ, и книги этого периода, как правило, не содержат критического анализа рыночных преобразований. С 1998 г. авторы переосмыслили роль рынка в жизни общества. В связи с этим книги последних лет отражают более реалистичный взгляд на протекающие экономические процессы, раскрывают как «плюсы», так и «минусы» рынка.

Аннотация помещается в начале книги и содержит, как правило, цель подготовки издания и характеристику потенциального круга читателей. На основе этих данных можно оценить, насколько близка книга теме курсовой работы.

Оглавление раскрывает структуру издания, позволяет получить информацию о поставленных проблемах. На основе изучения оглавления можно определить, какая часть издания будет особенно полезна при выполнении курсовой работы.

Во введении или предисловии наиболее часто раскрываются причины анализа исследуемых проблем, более подробно раскрывается цель книги.

Справочно-библиографический аппарат позволяет судить об обоснованности выдвигаемых автором положений в трудах других ученых. Следует просмотреть список литературы, приводимый в конце издания, а также библиографические ссылки в тексте. Изучение списка литературы позволит получить информацию о проведенных исследованиях по выбранной тематике.

Иллюстративный материал позволяет более эффективно уяснить основные положения по исследуемым проблемам. Наличие рисунков, графиков, схем свидетельствует о высоком качестве проработки автором изучаемых проблем.

При подборе литературы ни в коем случае не следует поддаваться соблазну «набрать побольше». Чем больше будет собрано научных источников, тем большую долю среди них будут составлять не очень нужные для работы публикации.

При подборе литературы необходимо сразу составлять библиографическое описание отобранных изданий в строгом соответствии с требованиями, предъявляемыми к оформлению списка литературы. Данный список литературы по теме курсовой работы согласовывается с научным руководителем.

3. Стил ь изложения научных материалов

Курсовая работа должна быть выдержана в стиле письменной научной речи, который обладает некоторыми характерными особенностями.

Прежде всего, стилю письменной научной речи характерно использование конструкций, исключающих употребление местоимения первого лица единственного и множественного числа, местоимений второго лица единственного числа. В данном случае предполагается использовать неопределенно-личные предложения (например: «Вначале производят отбор факторов для анализа, а затем устанавливают их влияние на показатель»); формы изложения от третьего лица (например: «Автор полагает...»); предложения со страдательным залогом (например: «Разработан комплексный подход к исследованию...»).

В научном тексте нельзя использовать разговорно-просторечную лексику. Нужно использовать терминологические названия. Если есть сомнения в стилистической окраске слова, лучше обратиться к словарю.

Важнейшим средством выражения смысловой законченности, целостности и связности научного текста является использование специальных слов и словосочетаний. Эти слова позволяют отразить:

- последовательность изложения мыслей (вначале, прежде всего, затем, во-первых, во-вторых, значит, итак);
- переход от одной мысли к другой (прежде чем перейти к., обратимся к..., рассмотрим, остановимся на, рассмотрев, перейдем к, необходимо остановиться на, необходимо рассмотреть);
- противоречивые отношения (однако, между тем, в то время как, тем не менее),
- причинно-следственные отношения (следовательно, поэтому, благодаря этому, сообразно с этим, вследствие этого, отсюда следует, что);
- отношение (конечно, разумеется, действительно, видимо, надо полагать, возможно, вероятно, по сообщению, по сведениям, по мнению, по данным);
- итог, вывод (итак; таким образом; значит; в заключение отметим; все сказанное позволяет сделать вывод; подведя итог, следует сказать; резюмируя сказанное, отметим).

Для выражения логической последовательности используют сложные союзы: благодаря тому что, между тем как, так как, вместо того чтобы, ввиду того что, оттого что, вследствие того что, после того как, в то время как и др. Особенно употребительны производные предлоги (в течение, в соответствии с, в результате, в отличие от, наряду с, в связи с, вследствие и т.п.)

В качестве средств связи могут использоваться местоимения, прилагательные и причастия (данные, этот, такой, названные, указанные, перечисленные).

В научной речи очень распространены указательные местоимения "этот", "тот", "такой". Местоимения "что-то", "кое-что", "что-нибудь" в тексте научной работы обычно не используются.

Для выражения логических связей между частями научного текста используются следующие устойчивые сочетания: приведем результаты исследования; как показал анализ; на основании полученных данных.

Для образования превосходной степени прилагательных чаще всего используются слова наиболее, наименее. Не употребляется сравнительная степень прилагательного с приставкой по- (например, повыше, побыстрее).

Особенностью научного языка является констатация признаков, присущих определяемому слову. Так, прилагательное «следующие», синонимичное местоимению «такие», подчеркивает последовательность перечисления особенностей и признаков (например, Рассмотрим следующие факторы, влияющие на формирование рынка труда).

4. Структура и содержание курсовой работы

Текст курсовой работы состоит из введения, основной части курсовой работы, заключения и списка литературы.

Разработка каждой составной части работы имеет свои особенности. ВВЕДЕНИЕ в курсовой работе должно занимать по объему 2-3 страницы. Во введении необходимо обосновать актуальность выбранной темы, главную цель исследования, содержание поставленных для достижения главной цели задач. В курсовой работе могут быть описаны объект и предмет, избранные методы исследования.

Освещение актуальности работы должно быть немногословным. Начинать описание издали нет необходимости. Достаточно в пределах 0,5-1 страницы машинописного текста показать суть проблемы, определяющую актуальность темы.

От формулировки актуальности выбранной темы логично перейти к постановке главной цели исследования. Цель – конечный итог работы.

Исходя из развития цели работы определяются задачи. Это обычно делается в форме перечисления (проанализировать..., разработать..., обобщить..., выявить..., доказать..., внедрить..., показать..., выработать..., изыскать..., найти..., изучить..., определить..., описать..., установить..., выяснить..., вывести формулу..., дать рекомендации..., установить взаимосвязь..., сделать прогноз... и т.п.).

Формулировки задач необходимо делать тщательнее, поскольку описание их решения должно составить содержание глав курсовой работы. Это важно

также и потому, что заголовки глав довольно часто рождаются из формулировок задач работы.

Объект изучения – это явление, на которое направлена исследовательская деятельность субъекта.

Предмет изучения – это планируемые к исследованию конкретные свойства объекта. Предмет изучения раскрывается только в том случае, когда необходимо, исходя из характера выбранного объекта, детализировать, что же конкретно будет исследоваться.

При работе над введением нужно быть готовым к тому, что текст этой составной части будет переработан два-три раза и от первоначальных формулировок может мало что остаться. Это связано с тем, что процесс написания носит творческий характер и на первоначальном этапе трудно представить будущую работу.

В главах **ОСНОВНОЙ ЧАСТИ** курсовой работы рассматривается теоретический аспект проблемы, излагается материал практического исследования.

Содержание основной части должно точно соответствовать теме работы и полностью ее раскрывать. Любая научная работа – это не сумма ее составных частей. Можно написать великолепные три отдельные главы, однако еще не факт, что эти три главы составят удовлетворительную курсовую работу: важна логическая связь работы от ее первого предложения до последнего.

Логически построенная работа не содержит материала, который может быть изъят из нее без нарушения стройности. Отдельные мысли автор высказывает в предложениях. Предложения, имеющие единую тему, объединяют в абзацы. Абзацы одного параграфа или вопроса должны быть последовательно связаны друг с другом.

При работе над абзацем следует особое внимание обращать на его начало. В первом предложении лучше всего называть тему абзаца, делая такое предложение как бы заголовком к остальной части абзаца. При этом формулировка первого предложения должна составляться так, чтобы не терялась смысловая связь с предшествующим текстом. Число самостоятельных предложений в абзаце различно и колеблется в весьма широких пределах, определяемых сложностью передаваемой мысли.

В конце каждого параграфа следует формулировать выводы (1-2 абзаца) по существу изложенного материала. Выводы должны логически завершать проведенные рассуждения, быть краткими, конкретными и вытекать из изложенного материала.

При этом нужно соблюдать следующие правила.

Выводы должны быть нетривиальными (вывод «Товар – это продукт труда, предназначенный для продажи или обмена» и так очевиден).

В качестве выводов следует формулировать полученные в данном параграфе конечные результаты, а не промежуточные.

При формулировании выводов нецелесообразно приводить положения, которые не важны для изложения последующего материала и не вытекают из цели работы.

Вывод нельзя подменять декларацией о результатах проделанной работы («рассмотрено», «проанализировано», «изучено» и т.д.).

Курсовая работа заканчивается ЗАКЛЮЧЕНИЕМ, которое носит форму обобщения теоретических и практических результатов, изложенных в основной части. Заключение представляет собой последовательное, логически стройное изложение полученных выводов и их соотношение с целью работы и конкретными задачами, поставленными и сформулированными во введении. Заключение курсовой работы должно быть по объему 1-2 страницы.

После заключения помещают СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ, которая была использована при написании работы. На каждый источник списка литературы обязательно должна быть ссылка в тексте.

ПРИЛОЖЕНИЯ помещают после списка литературы. Их цель – избежать излишней нагрузки текста различными аналитическими, расчетными, статистическими материалами, которые не несут основной смысловой нагрузки.

5. Требования к содержанию и оформлению курсовой работы

5.1 Содержание пояснительной записки

После того, как проделана экспериментальная часть исследования, сформулированы выводы и рекомендации следует приступить к литературному оформлению полученных результатов в виде пояснительной записки. Это основной документ, представляемый студентом руководителю по завершении курсовой работы.

Общий объем курсовой работы не должен превышать 25-30 листов машинописного текста.

Последовательность разделов: титульный лист, содержание, список сокращений (при числе терминов больше пяти), введение, разделы основной части работы, заключение, список литературы, приложения.

Титульный лист должен соответствовать образцу (см. Приложение).

Содержание призвано раскрыть в краткой форме сущность работы путем обозначения основных разделов, подразделов и других частей курсовой работы. Содержание состоит из наименований всех разделов курсовой работы (с требуемой степенью детализации) с указанием страниц их расположения.

Введение (две-три страницы) включает постановку задачи исследования реального объекта, анализ актуальности моделирования для решения поставленной задачи, цели исследования. В таком вступлении обозначаются цели и задачи, поставленные при проведении исследования. Во введении не следует затрагивать факты и выводы, излагаемые в последующих разделах.

Основная часть (до 25 страниц) состоит из разделов, в которых дается содержательное описание исследуемого объекта и выделяются показатели эффективности его функционирования; показывается формальное представление объекта; приводится алгоритм для получения искомым показателей; обосновывается выбор среды моделирования; оценивается качество разработанной модели; рассчитывается необходимое число реализаций модели при каждом испытании исходя из требований по точности и достоверности результатов; обосновываются выводы о характеристиках и предложения о возможных направлениях совершенствования исследуемого объекта.

Заключение (одна-две страницы) содержит суждение студента о результатах решения поставленной задачи, степени достижения им целей, достоинствах и недостатках проведенного исследования. В заключении также выдвигаются вопросы исследования, которые еще требуют разрешения.

Список литературы содержит перечень источников, использованных при выполнении курсовой работы.

Приложение включает в себя аннотацию программы, инструкцию по работе с программным продуктом, исходный текст программы и листинги с

результатами расчетов (текст программы желательно сопровождать комментариями).

Текст пояснительной записки следует делить на абзацы. Критерием такого деления является смысл написанного - каждый абзац включает в себя самостоятельную мысль, содержащуюся в одном или нескольких предложениях.

Необходимо избегать повторений, не допускать перехода к новому положению, пока предыдущее не получило полного законченного выражения. Следует избегать растянутых фраз с нагромождением придаточных предложений, вводных слов и фраз, писать по возможности краткими и ясными для понимания предложениями.

5.2 Оформление курсовой работы и иллюстративных материалов

Печатать следует на одной стороне листа формата А4 (210 x 297 мм).

Поля страницы: левое - 3 см, правое - 1,5 см, нижнее 2 см, верхнее - 2 см до номера страницы.

Текст печатается через 1,5 интервала, красная строка - 1,25 см.

Шрифт: Times New Roman, размер шрифта - 14 пт.

Необходимо выдержать единые обозначения и размерности для используемых параметров и переменных. Сокращения слов, терминов и обозначений допускаются только общепринятые, например РФ, ЭВМ. При необходимости введения сокращений аббревиатура указывается в скобках после первого упоминания сокращаемого понятия. Это осуществляется, если возникает потребность в употреблении аббревиатуры более трех раз. Введенные сокращения вносятся в список, помещаемый в указанном ранее месте по форме: слева аббревиатура, справа через тире полное наименование. Формирование списка идет в алфавитном порядке. При общем числе сокращений, не превышающем пяти, список не составляется.

Текст курсовой работы делится на разделы. Каждый раздел начинается с новой страницы. Разделы, подразделы и пункты, имеющие порядковые номера, обозначаются арабскими цифрами с точкой, например 2. - второй раздел, 3.1. - первый подраздел третьего раздела, 2.1.2.- второй пункт первого подраздела второго раздела. Введение, заключение, содержание и список литературы не нумеруются.

Заголовки разделов пишут прописными буквами посередине текста. Заголовки подразделов пишут с абзацного отступа строчными буквами (кроме первой прописной). Переносы слов в заголовках не допускаются. Точка в конце заголовка не ставится, подчеркивание не допускается. Интервал между заголовками или заголовком и текстом - 20 мм.

Рисунки (схемы) располагают на отдельных листах или в тексте. Поясняющие надписи размещают под рисунком. Они начинаются со слова "Рис.". Номер рисунка состоит из номера раздела и порядкового номера рисунка в разделе, разделенных и оканчивающихся точкой, например "Рис. 2.1. План торгового зала магазина" (первый рисунок второго раздела). Рисунки выполняют чернилами, тушью или с помощью графического редактора. Располагают рисунок после первой ссылки на него по тексту. Ссылка заключается в круглые скобки, например "(рис.2.1)". При необходимости повторного обращения к рисунку, который расположен раньше по тексту, ссылка указывается так: "(см. рис.1.3)". Рисунок должен располагаться так, чтобы его было удобно рассматривать (без поворота или поворачивая по часовой стрелке на 90°).

Таблицы служат для оформления цифрового материала, выполняются на отдельных листах или в тексте и приводятся после первого упоминания о них в тексте записки. Форма таблицы вычерчивается чернилами или тушью (в случае ручного исполнения). Снизу таблица не закрывается горизонтальной линией. Таблицу следует размещать так, чтобы она читалась без поворота текста или с поворотом по часовой стрелке на 90°. Каждая таблица должна иметь заголовок, располагаемый сверху посередине таблицы и начинающийся с прописной буквы. Заголовок не подчеркивается. Выше заголовка над правым углом пишется слово "Таблица" и указывается ее номер, состоящий из номера раздела и порядкового номера таблицы в нем, например "Таблица 1.3". На все таблицы должны быть ссылки в тексте, например "...в табл.2.3". В повторных ссылках - "см. табл.2.3". Графа "№ п/п" в таблицу не включается. Если повторяющийся в графе таблицы текст состоит из одного слова, то при его повторных упоминаниях слово заменяется кавычками; если из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словами "То же", а далее - кавычками. Ставить знаки повторения вместо повторяющихся чисел, знаков, математических символов нельзя. Если какой-либо строке данные не приводятся, то ставится прочерк.

Формулы (если их более одной) нумеруют арабскими цифрами в пределах раздела. Номер формулы состоит из номера раздела и порядкового номера формулы в нем, разделяемых точкой. Ставится с правой стороны листа на уровне нижней строки формулы в круглых скобках, например (2.4) - четвертая формула во втором разделе. Ссылки на формулу указывают номером формулы в круглых скобках, например "по соотношению (3.2)". Пояснения значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой, начиная его словом "где" без двоеточия после него в той же последовательности, в какой они даны в формуле, с новой строки. Уравнения и формулы выделяют из текста отдельными строками. Громоздких соотношений следует избегать, а при необходимости переноса продолжение формулы с новой строки возможно после знаков арифметических операций. При написании формулы и выборе справочных данных необходима ссылка на литературный источник, из которого они заимствованы.

При ссылке в тексте записки на используемую литературу в квадратных скобках указывается порядковый номер в списке источников, например "[14]". В списке источники располагаются по алфавиту или в порядке появления ссылок по тексту записки. Каждый источник описывается по форме: фамилия и инициалы автора, полное название книги или статьи, место издания, издательство, год издания, объем. Для журнальной статьи помимо реквизитов автора и названия статьи указывается название журнала, год издания, номер журнала, номер страницы с началом статьи.

Приложения оформляют как продолжение курсовой работы на последующих страницах, располагая их в порядке появления ссылок в тексте. Каждое приложение начинают с нового листа с указанием в правом верхнем углу слова "Приложение" и порядкового номера, например "Приложение 2". Ниже следует тематический заголовок приложения, оформляемый так же, как и заголовок таблицы. Листы должны быть сложены так, чтобы не выступали за габариты и удобно разворачивались для прочтения. Рисунки, таблицы и формулы в пределах каждого приложения нумеруют арабскими цифрами с добавлением перед номером символов "П.", например "Рис. П.1.2", "Табл. П.2.3" и т.п. При необходимости текст каждого приложения может быть разбит на подразделы и пункты, имеющие нумерованные заголовки. Перед их номерами также ставятся символы "П.". Ссылки на приложения по тексту пояснительной записки заключаются в круглые скобки, например "(приложение 5)".

Все листы, в том числе титульный и приложения, нумеруются сквозной нумерацией арабскими цифрами. На титульном листе номер не ставят, на последующих он указывается в правом нижнем углу.

6. Примерный перечень курсовых работ

1. Состояние и перспективы развития коммерции в условиях рынка.
2. Организация работы коммерческих служб.
3. Организация приемки товаров по количеству и качеству.
4. Организация складского хозяйства предприятий торговли.
5. Выставочно-ярмарочная деятельность.
6. Аукционы, конкурсы (тендеры), их проведение.
7. Организация деятельности торговых домов.
8. Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли.
9. Организация коммерческой деятельности на оптовом торговом предприятии.
10. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.
11. Информационное обеспечение коммерческой деятельности в торговых предприятиях.
12. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности.
13. Предпринимательские риски и успех.
14. Коммерческая информация и ее защита.
15. Развитие предпринимательской фирмы.
16. Формы партнерских связей в коммерции.
17. Управление товарными запасами.
18. Культура предпринимательства и деловой этикет коммерсанта.
19. Организация и технология розничной продажи товаров и обслуживания населения.
20. Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров.
21. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров.
22. Формирование и управление ассортиментом товаров в магазинах.
23. Особенности торговли на аукционах.
24. Роль лизинга в развитии предпринимательской деятельности.
25. Коммерческие решения, связанные с выбором места размещения розничного торгового предприятия
26. Франчайзинг как эффективная форма развития и поддержки малого предпринимательства.
27. Защита прав потребителей.
28. Организация товароснабжения предприятий розничной торговли.
29. Методы коммерческой деятельности.
30. Установление хозяйственных связей.
31. Методы изучения спроса в розничных торговых предприятиях.
32. Фирменный стиль как средство формирования благоприятного имиджа торгового предприятия.
33. Ценовая политика торгового предприятия и механизм ее формирования.

7. Примерные планы курсовых работ

Тема 1. Состояние и перспективы развития коммерции в условиях рынка.

Введение.

1. Понятие коммерции.
2. Рынок как сфера коммерческой деятельности.
3. Значение и задачи развития коммерции в современных условиях хозяйствования.
4. Анализ деятельности конкретной организации торговли.
 - 4.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия
 - 4.2 Анализ факторов, влияющих на коммерческую деятельность предприятия
 - 4.3 Рекомендации по совершенствованию организации коммерческой работы

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 2. Организация работы коммерческих служб

Введение.

1. Сущность и назначение коммерческой деятельности.
2. Организация коммерческой деятельности предприятия. Коммерческие службы.
3. Современные тенденции в работе коммерческих служб предприятия
4. Анализ деятельности коммерческой службы конкретной организации.
 - 4.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия
 - 4.2 Анализ деятельности коммерческих подразделений предприятия
 - 4.3 Рекомендации по совершенствованию организации коммерческой работы

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 3. Организация приемки товаров по количеству и качеству.

Введение

1. Организационно-экономическая характеристика предприятия
2. Документы, регламентирующие порядок приемки товаров по количеству и качеству в магазине
3. Порядок приемки товаров по количеству и качеству
 - 3.1 Сроки приемки товаров по количеству и качеству
 - 3.2 Ответственность лиц, осуществляющих приемку товаров по количеству и качеству

- 3.3 Действия в случае обнаружения несоответствия количества или качества
 - 3.4 Порядок оформления акта приемки
 - 4. Рекомендации по совершенствованию приемки товаров.
- Заключение
Список использованной литературы
Приложения

Тема 4. Организация складского хозяйства предприятий торговли.

Введение.

- 1. Виды складов и их функции
 - 1.1 Виды складов
 - 1.2 Складское оборудование и техника для склада
 - 1.3 Основные зоны складов и их характеристики
 - 1.4 Размещение товаров на складе
- 2. Организация и характеристика коммерческой деятельности предприятия
- 3. Пути совершенствования складского хозяйства

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 5. Выставочно-ярмарочная деятельность.

Введение.

- 1. История развития выставочно-ярмарочной деятельности.
- 2. Основные определения, классификация выставок и ярмарок.
- 3. Роль выставочной деятельности как инструмента коммуникации в создании благоприятного информационного поля.
- 4. Тенденции, проблемы и особенности выставочной деятельности в России.
- 5. Выставочная деятельность конкретного предприятия.
 - 5.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия.
 - 5.2 Основные этапы проведения выставок
 - 5.3 Совершенствование процесса управления выставочной деятельностью предприятия.

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 6. Аукционы, конкурсы (тендеры), их проведение.

Введение.

- 1. Краткая характеристика торгов
- 2. Аукционы
- 3. Техника проведения аукционов
- 4. Виды аукционов
- 5. Организационные формы международной аукционной торговли

- 6. Тендеры
- 7. Технология проведения тендера
- Заключение
- Список использованной литературы
- Приложения

Тема 7. Организация деятельности торговых домов.

Введение.

- 1. Характерные черты торгового дома.
- 2. Основные виды торговых домов.
- 3. Стадии создания торгового дома.
- 4. Основные принципы планировки торгового дома.
- 5. Характеристика торгового дома «...»

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 8. Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли.

Введение.

- 1. Организационно-экономическая характеристика предприятия розничной торговли
- 2. Организация процесса розничной продажи в магазине
- 3. Формирование и сбалансированность ассортимента продукции
- 4. Организация расчетов с покупателями
- 5. Обслуживание населения

Заключение

Список использованной литературы

Приложение

Тема 9. Организация коммерческой деятельности на оптовом торговом предприятии.

Введение.

- 1 Сущность и функции оптовой торговли
- 2 Содержание коммерческой деятельности в оптовой торговле
 - 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия оптовой торговли
 - 2.2 Деятельность по оптовым закупкам товара
 - 2.3 Изучение и выбор поставщиков
 - 2.4 Формирование ассортимента в организации оптовой торговли
 - 2.5 Формы и методы оптовой продажи
- 3 Совершенствование организации коммерческой деятельности на оптовом предприятии

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 10. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности

Введение.

1. Понятие «Организационно-правовая форма».
2. Обоснование выбора организационно-правовой формы предприятия.
3. Хозяйственные товарищества и общества.
4. Производственные кооперативы.
5. Государственные и муниципальные унитарные предприятия.
6. Организационно-экономическая характеристика предприятия.

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 11. Информационное обеспечение коммерческой деятельности в торговых предприятиях.

Введение.

1. Организационно-экономическая характеристика предприятия торговли.
2. Понятие коммерческой информации и источники ее получения.
3. Виды коммерческой информации.
 - 3.1 Информация о покупателях и мотивах покупок
 - 3.2 Информация о требованиях рынка к товару
 - 3.3 Информация о конъюнктуре рынка
 - 3.4 Информация о конкурентной среде
 - 3.5 Информация о потенциальных возможностях торгового предприятия, его конкурентоспособности.
4. Рекомендации по совершенствованию информационного обеспечения коммерческой деятельности торгового предприятия.

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 12. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности.

Введение.

1. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия.
 - 1.1 Автомобильный транспорт
 - 1.2 Организация перевозок товаров автомобильным транспортом
 - 1.3 Первичные документы учета грузовых перевозок
 - 1.4 Тарифы
 - 1.5 Задачи развития различных видов транспорта
2. Транспортное обеспечение конкретного торгового предприятия
 - 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия торговли
 - 2.2 Партнеры предприятия.

2.3 Выбор транспортных средств и схем транспортировки. Меры безопасности.

2.4 Расчет эффективности использования транспортных средств.

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 13. Предпринимательские риски и успех.

Введение.

1. Понятие риска: важность оценки и сущность.

2. Виды риска

3. Факторы риска.

4. Анализ риска и методы количественного анализа.

5. Способы снижения риска.

6. Управление предпринимательскими рисками на предприятии торговли.

6.1 Общие сведения о предприятии.

6.2 Основные механизмы минимизации предпринимательских рисков

6.3 Оценка предпринимательских рисков, прибыли и убытков.

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 14. Коммерческая информация и ее защита.

Введение.

1. Сущность и значение коммерческой информации.

2. Виды и источники коммерческой информации.

3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

4. Коммерческая тайна и ее защита.

5. Порядок отнесения сведений к коммерческой тайне.

6. Коммерческий шпионаж.

7. Защита коммерческой информации на торговом предприятии.

7.1 Общие сведения о предприятии.

7.2 Предотвращение утечки информации и сохранение коммерческой информации сотрудниками предприятия.

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 15. Развитие предпринимательской фирмы

Введение.

1. Виды предпринимательства.

2. Правовые основы предпринимательской деятельности.

3. Формы организации бизнеса.

4. Организация предприятия.

5. Развитие предпринимательской фирмы на примере ...

Заключение
Список использованной литературы
Приложения

Тема 16. Формы партнерских связей в коммерции.

1. Понятие партнерских связей
2. Содержание и основные направления сотрудничества партнеров
3. Сотрудничество в сфере производства
4. Сотрудничество в сфере товарообмена
5. Сотрудничество в сфере финансовых отношений.
6. Формы партнерских связей торговой организации.
 - 6.1 Организационно-экономическая характеристика торговой организации
 - 6.2 Анализ поставщиков и потребителей товаров организации
 - 6.3 Рекомендации по совершенствованию партнерских связей

Заключение
Список использованной литературы
Приложения

Тема 17. Управление товарными запасами.

- Введение.
1. Сущность товарных запасов и направления оптимизации управления ими на предприятии, роль и содержание закупочной работы
 - 1.1 Товарные запасы
 - 1.2 Подходы к оптимизации управления товарными запасами
 2. Управление товарными запасами торгового предприятия.
 - 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия торговли
 - 2.2 Анализ показателей оборачиваемости товарных запасов
 - 2.3 Рекомендации по улучшению управления товарными запасами.

Заключение
Список использованной литературы
Приложения

Тема 18. Культура предпринимательства и деловой этикет коммерсанта

- Введение.
1. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику
 2. Этикет предпринимателя-коммерсанта
 3. Деловые переговоры коммерческого работника с партнерами и их анализ
 4. Виды коммерческих писем в деловой переписке
 5. Понятие корпоративной этики в организации торговли.
 - 5.1 Организационно-экономическая характеристика организации торговли

5.2 Общие правила поведения в коллективе

5.3 Имидж сотрудников

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 19. Организация и технология розничной продажи товаров и обслуживания населения.

Введение.

1. Изучение потребительского спроса

2. Формирование товарного ассортимента

3. Методы продажи товаров

4. Организация и технология продажи товаров в организации розничной торговли

4.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия розничной торговли

4.2 Анализ используемых методов продажи товаров и обслуживания населения

4.3 Определение эффективности деятельности предприятия

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 20. Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров.

Введение.

1. Понятие и роль рекламы на товарном рынке

2. Средства современной рекламы и их характеристика

3. Фирменный стиль и интерьер магазина

4. Рекламно-информационное оформление магазина

5. Организация рекламно-информационной деятельности торгового предприятия

5.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия розничной торговли

5.2 Выбор средств рекламы

5.3 Определение эффективности торговой рекламы предприятия

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 21. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров.

Введение.

1. Сущность, роль и содержание закупочной работы

2. Теоретические основы работы по оптовым закупкам.

- 2.1 Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров.
Классификация поставщиков
- 2.2 Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров
- 2.3 Оптовые продовольственные рынки и мелкооптовые магазины-склады, их роль в закупках товаров
- 3. Оценка коммерческой деятельности предприятия по оптовым закупкам
 - 3.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия торговли
 - 3.2 Направления совершенствования деятельности по оптовым закупкам

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 22. Формирование и управление ассортиментом товаров в магазинах.

Введение.

- 1. Ассортимент товаров и товарная номенклатура
 - 1.1 Понятие ассортимента товаров, товарной номенклатуры, товарного ассортимента
 - 1.2 Классификация ассортимента товаров
- 2. Формирование и регулирование ассортимента товаров на предприятии
 - 2.1 Понятие, факторы формирования ассортимента
 - 2.2 Ассортиментная политика и концепции на предприятии
- 3. Направления формирования ассортимента
- 4. Управление ассортиментом товаров в магазине
 - 4.1 Анализ товарного обеспечения по магазину
 - 4.2 Анализ товарных запасов в магазине
 - 4.3 Предложения по совершенствованию управления ассортиментом товаров в магазине

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 23. Особенности торговли на аукционах.

Введение.

- 1. Понятие аукциона
- 2. Виды аукционов.
- 3. Порядок проведения аукционов.
- 4. Участие в аукционной торговле организации.

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 24. Роль лизинга в развитии предпринимательской деятельности.

Введение.

1. Сущность и виды лизинга
2. Особенности лизингового бизнеса
 - 2.1 Лизинговый бизнес в России
 - 2.2 Анализ рисков в лизинговой деятельности
3. Анализ лизинговой деятельности предприятия.
 - 3.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия
 - 3.2 План проведения лизинговых операций
 - 3.3 Разработка рекомендаций по повышению эффективности лизинговых операций

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 25. Коммерческие решения, связанные с выбором места размещения розничного торгового предприятия

Введение.

1. Основные принципы размещения розничных торговых предприятий
2. Преимущества и недостатки вариантов расположения магазина
 - 2.1 Центральный деловой район
 - 2.2 Торговый центр
 - 2.3 Отдельный магазин
3. Специфика деятельности предприятия розничной торговли
 - 3.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия розничной торговли
 - 3.2 Анализ размещения магазина
 - 3.3 Устройство и планировка торгового зала магазина
 - 3.4 Анализ экономических показателей работы

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 26. Франчайзинг как эффективная форма развития и поддержки малого предпринимательства.

Введение.

1. Сущность франчайзинга как специфической формы предпринимательства, его преимущества и недостатки
2. История развития франчайзинга
3. Законодательство по франчайзингу
4. Формы и виды франчайзинга
5. Специфика деятельности торгового предприятия, использующего франчайзинг
 - 5.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия торговли

5.2 Основные правила установления отношений и ведение дел в условиях франчайзинга

5.3 Анализ экономических показателей работы предприятия

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 27. Защита прав потребителей.

Введение.

1. Российское законодательство о защите прав потребителей
2. Основные понятия законодательства о защите прав потребителей
3. Права потребителей на надлежащее качество товаров, работ и услуг и безопасность
 - 3.1 Способы определения качества товаров, работ и услуг
 - 3.2 Сертификация товаров и услуг
4. Право потребителей на информацию
5. Защита прав потребителей при продаже товаров

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 28. Организация товароснабжения предприятий розничной торговли.

Введение.

1. Понятие товароснабжения розничной торговой сети.
2. Принципы товароснабжения.
3. Формы товароснабжения.
4. Методы доставки товаров в розничную торговую сеть.
5. Анализ товароснабжения предприятия розничной торговли.
 - 5.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия торговли
 - 5.2 Характеристика поставщиков
 - 5.3 Анализ товароснабжения
 - 5.4 Пути совершенствования товароснабжения

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 29. Методы коммерческой деятельности.

Введение.

1. Методы изучения потребительского спроса
 - 1.1 Виды спроса
 - 1.2 Методы учета реализованного спроса
 - 1.3 Изучение неудовлетворенного спроса
2. Методы розничной продажи товаров

- 2.1 Продажа товаров на основе самообслуживания
- 2.2 Индивидуальное обслуживание через прилавок
- 2.3 Продажа товаров с открытой выкладкой и свободным доступом
- 2.4 Продажа товаров по образцам
- 2.5 Торговля по предварительным заказам
- 3. Анализ методов коммерческой деятельности предприятия торговли
 - 3.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия торговли
 - 3.2 Использование методов коммерческой деятельности в работе предприятия
 - 3.3 Совершенствование методов коммерческой деятельности

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 30. Установление хозяйственных связей.

Введение.

- 1. Хозяйственные связи предприятий: сущность, структура и функции.
- 2. Специфика управления хозяйственными связями в современных условиях.
- 3. Анализ хозяйственных связей предприятия торговли.
 - 3.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия торговли
 - 3.2 Характеристика поставщиков
 - 3.3 Порядок заключения договоров с поставщиками и организация доставки товаров в магазин
 - 3.4 Пути повышения хозяйственных связей

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 31. Методы изучения спроса в розничных торговых предприятиях.

Введение

- 1. Характеристика и свойства спроса
 - 1.1 Понятие, сущность, виды потребительского спроса
 - 1.2 Факторы спроса
 - 1.3 Состояния потребительского спроса
 - 1.4 Закон спроса и кривая спроса
 - 1.5 Эластичность спроса
- 2. Методы изучения потребительского спроса
 - 2.1 Методы изучения реализованного спроса
 - 2.2 Методы изучения неудовлетворенного спроса
 - 2.3 Методы изучения формирующегося спроса
 - 2.4 Методы изучения эластичности спроса

3. Анализ методов изучения спроса в розничном торговом предприятии

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Тема 32. Фирменный стиль как средство формирования благоприятного имиджа торгового предприятия

Введение

1. Фирменный стиль организации

1.1 Понятие фирменного стиля и его значение в формировании имиджа фирмы

1.2 История возникновения и формирования фирменного стиля

1.3 Элементы фирменного стиля

2. Анализ составных элементов фирменного стиля

2.1 Товарные знаки

2.1.1 Понятие товарного знака, торговой марки и брэнда, их место в системе фирменного стиля

2.1.2 Виды товарных знаков

2.1.3 Основные требования к разработке товарного знака

2.2 Интерьер магазина

3. Анализ фирменного стиля и интерьера организации

3.1 Общая характеристика предприятия

3.2 Описание фирменного стиля и интерьера

3.3 Пути совершенствования оформления

Заключение

Список литературы

Приложение

ЛИТЕРАТУРА

Федеральные законы и нормативные документы

1. Гражданский кодекс РФ, ч. 1 и 2 .
2. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара» от 23.09.92 г. №3520-1 с измен. и доп. от 17.02.2002
3. Федеральный закон РФ «О защите прав потребителей» №2-ФЗ от 9.01.96. и №212-ФЗ от 17.12.99 г.
4. Закон РФ «О рекламе» №108-ФЗ от 18.07.95.
5. Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 22.03.91 г. №948-1 (в ред. От 02.01.2000 г. №3-ФЗ)
6. «Об информации, информатизации и защите информации» от 20.02.95 г. №24-ФЗ

Основная

7. Памбухчиянц О. В. Организация коммерческой деятельности. – М.: 2004. – 442 с.
8. Каплина С. А. Организация коммерческой деятельности. – Ростов-на-Дону, 2004. – 448 с. Воронин В. П., Михайловская И. Д. Основы предпринимательской и коммерческой деятельности. – Воронеж, 2003 г.
9. Маслова Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинг. – СПб: Питер, 2002 – 400 с.: ил.
10. Маслова Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинг: задачи, логические схемы, тесты. – СПб: Питер, 2002 – 128 с.: ил.
11. Власова В. М. Основы предпринимательской деятельности: Маркетинг. - М.: Финансы и статистика, 2003.

Дополнительная

11. Балдин К. В. Модели и методы управления рисками в предпринимательстве: Учебник / К. В. Балдин, С. Н. Воробьев. – М.: Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2009. – 432 с.
12. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. - М., СПб., К: ИД «Вильямс», 2004.
13. Никитина А. Л. Решение прикладных задач методом математического моделирования: учебно-методическое пособие для студентов специальностей «Коммерция (по отраслям)», «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)» / А.Л. Никитина. – Воронеж: Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2012. – 107 с.

14. Романов А. Н. Маркетинг. - М.: Банки и биржи, 1995.
15. Брагин Л. Я. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация. - М.:ИНФРА-М, 2001.
16. Крылова Г. Д., Соколова М. И. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 519 с.
17. Половцева Ф. П. Коммерческая деятельность.- М., 2005.- 248 с.
18. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности: Учебн. Пособие / Под ред. Г. Я. Резго. – М.: Финансы и статистика, 2005. -128 с.:ил.

**Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Российский государственный торгово-экономический университет»
Воронежский филиал
Среднее профессиональное образование**

КУРСОВАЯ РАБОТА

по междисциплинарному курсу:

«Организация коммерческой деятельности»

на тему: **«Развитие предпринимательской фирмы»**

Выполнил(а):
студент(ка) 2 курса
группы СКд-412
специальности: 100701
«Коммерция (по отраслям)»
Иванов(а) А. Н.
Проверил(а):
преподаватель
Никитина А. Л.

Оценка: _____
«__» _____ 2013 г.

Подпись преподавателя

Воронеж 2013