

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 14.03.2021

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)**

**ФАКУЛЬТЕТ ТОРГОВОГО ДЕЛА
КАФЕДРА КОММЕРЦИИ И ЛОГИСТИКИ**

**Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине
«Организация торговой деятельности»**

Методические указания разработаны в соответствии с учебным планом направления 38.03.06 «Торговое дело» профиль 38.03.06.01 «Коммерция» и 38.03.06.06 «Организация и управление бизнесом в сфере торговли» программой курса «Организация торговой деятельности». Предназначены для студентов всех форм обучения.

Ростов-на-Дону

ВВЕДЕНИЕ

Согласно учебному плану по дисциплине «Организация торговой деятельности» студенты подготовки бакалавров направления 38.03.06 «Торговое дело» профиля «Коммерция» и «Организация и управление бизнесом в сфере торговли» выполняют и защищают курсовую работу.

Основная цель написания курсовой работы состоит: в закреплении теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе изучения данного курса, в выработке у студентов навыков самостоятельной научно-исследовательской работы; использовании и анализе литературного, статистического и практического материалов; развитии навыков логического и теоретически правильного изложения, реализации способностей экономически обосновывать целесообразность тех или иных решений в коммерческой деятельности предприятий.

Курсовая работа является формой индивидуальной работы студента и должна быть написана на основе изучения специальной, нормативной литературы по выбранной теме и фактического материала предприятий.

В курсовой работе студент должен:

- 1) изложить теоретическую сущность данной темы;
- 2) проанализировать практическое состояние вопроса на примере конкретных предприятий;
- 3) осветить опыт решения изучаемой проблемы в нашей стране и за рубежом;
- 4) выполнить необходимые расчеты;
- 5) изложить основные направления совершенствования данной проблемы и показать их экономическую эффективность.

Курсовую работу нельзя сводить к пересказу одного или нескольких литературных источников.

1. ВЫБОР ТЕМЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Тема курсовой работы выбирается каждым студентом по предложенной кафедрой тематике. Изменение названия темы должно быть согласовано с преподавателем, читающим курс. В ходе выполнения курсовой работы студенты могут получить консультации у преподавателя, читающего курс или ведущего практические занятия.

Не разрешается написание курсовой работы на одну и ту же тему по одному объекту несколькими студентами.

Студентам следует иметь в виду, что тематика курсовых работ тесно связана с тематикой дипломных работ, которые они будут выполнять в конце обучения. Поэтому целесообразно выбирать тему курсовой работы с учетом возможности ее расширения и превращения в дипломную работу на эту или близкую по содержанию тему.

2. СОСТАВЛЕНИЕ ПЛАНА КУРСОВОЙ РАБОТЫ, ЕЕ СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

Курсовая работа включает в себя введение, несколько основных вопросов, заключение и список используемой литературы. Они органически и логически связаны между собой, подчинены цели и задачам, обусловленным темой выбранной работы.

При составлении плана курсовой работы происходит расчленение сложного вопроса на ряд простых, определяются точные границы работы. Вопросы должны быть четко сформулированы, обоснованы и взаимосвязаны между собой. Они должны обеспечить раскрытие темы. Необходимо наметить логическую очередность изложения намеченных вопросов.

Цель работы всего одна, а задач столько, сколько требуется для ее достижения. Число задач, требующих решения, и определяет количество основных разделов (глав), подразделов (параграфов) и структуру работы.

Общий объем курсовой работы - не менее 50 страниц текста, распечатанного на ЭВМ, шрифтом 14 с интервалом 1,5.

Примерная структура курсовой работы и объемное соотношение отдельных ее частей могут быть следующими:

Титульный лист	
Оглавление	1
Введение	1-2
Глава 1. Общетеоретическая и методологическая проработка исследуемого вопроса	20
Глава 2. Анализ состояния данного вопроса на конкретном предприятии	20
Глава 3. Предложения по совершенствованию изученного в работе вопроса	10
Заключение	1
Список используемой литературы	1
Приложения	<i>сколько необходимо</i>

Во введении обосновываются актуальность темы, выбор объекта изучения, излагаются цель и задачи работы, указываются источники использованного для анализа фактического материала.

При изложении научно-методических вопросов студент должен уметь увязать требования экономической теории с практическими задачами, стоящими перед ним. При этом, необходимо делать ссылки на используемые источники.

Аналитическую часть работы необходимо выполнить на конкретном фактическом материале, дополненном литературными данными, что дает возможность расширить сопоставление, углубить анализ, усилить доказательность предложений. Анализ использованных материалов следует подчинить задачам, поставленным в курсовой работе. Студент должен выявить тенденции в изменении изучаемых показателей: определить степень использования имеющихся возможностей выполнения плановых нормативов, проследить динамику изменения показателей деятельности анализируемого

объекта за 3 года, уровень прогрессивности применяемых на практике методов управления, планирования, анализа.

Главная задача аналитической части работы - выявление недостатков, противоречий в изучаемых явлениях с тем, чтобы на этой основе сделать определенные выводы и предложения в 3 главе курсовой работы.

Все предложения следует четко сформулировать и экономически обосновать. Обоснование может заключаться в определении экономической эффективности, логическом доказательстве с привлечением данных анализа и литературных источников.

Заключение представляет собой кратко сформулированные основные итоги выполненной работы.

ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа выполняется на бумаге стандартного формата (210 x 297 мм), разборчиво, без помарок. Размеры полей верхнего и нижнего - 25 мм, левого - 25 мм, правого - 10 мм.

В курсовой работе используется сквозная нумерация страниц: первая страница - титульный лист, вторая - оглавление и т.д. Номер страниц проставляется арабскими цифрами в верхнем правом углу. На титульном листе и оглавлении номер страницы не ставится. Рисунки, таблицы имеют сквозную нумерацию в пределах глав, а приложения нумеруются по мере ссылки на них в тексте работы.

Курсовая работа начинается с титульного листа, форма которого дана в приложении 1.

Текст курсовой работы должен иметь четкое подразделение на отдельные логические соподчиненные части, имеющие краткий заголовок, который отражает ее содержание. Заголовки в оглавлении и в тексте должны совпадать. Заголовки отделяются от текста расстоянием в 2 интервала. Каждую главу следует начинать с новой страницы, а параграфы внутри главы отделяются друг от друга двумя интервалами.

Содержание работы следует излагать сжато, четко, избегать повторений и ненужных отступлений от основной темы. Не следует загромождать текст описательными материалами, длинными арифметическими выкладками и т.д. Например, ряд повторяющихся однотипных расчетов следует оформить в виде таблицы, а в тексте сослаться на нее или дать один развернутый пример такого расчета. Большая счетная работа (на 3-4 страницы и более), выполненная для курсовой работы, оформляется в виде отдельного приложения, на которое делается в тексте ссылка с указанием номера приложения. В тексте на основе данных приложения составляются небольшие аналитические таблицы.

В курсовой работе следует применять наглядные средства подачи материала - графики, схемы, диаграммы, таблицы. Их выбор зависит, в основном, от содержания материала, поставленной цели. Иллюстрации (кроме таблиц) имеют подписи, которые дают под иллюстрацией. Например:

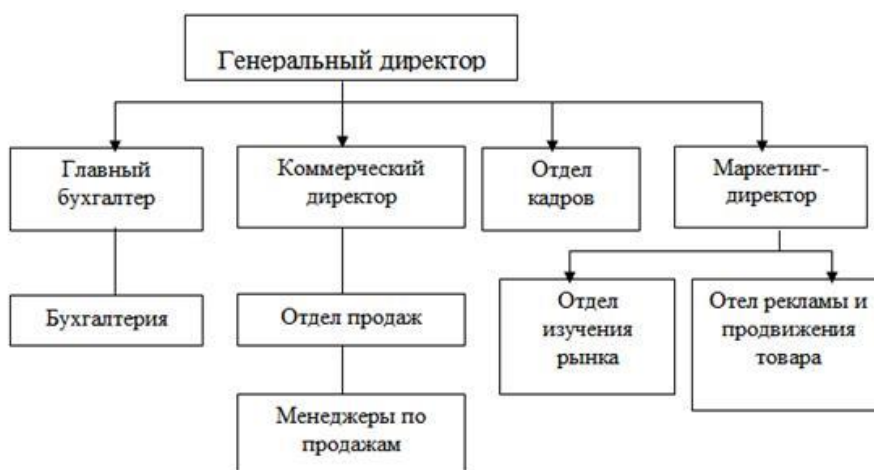


Рис.1.1 Организационная структура управления торгового предприятия

Номер рисунка состоит из номера главы и порядкового номера рисунка, разделенного точкой.

Используемый в работе фактический материал целесообразно систематизировать и свести в таблицы, которые должны быть простыми и наглядными. При их оформлении следует придерживаться следующих требований:

- 1) тематический заголовок должен быть кратким и полностью отражать содержание таблицы;
- 2) указание единиц измерения (в сокращенном виде) в таблице обязательно. Если все показатели таблицы имеют одинаковые единицы измерения, то их выносят в заголовок, если разные, их указывают в боковике;
- 3) таблицы в тексте располагаются сразу же после упоминания о них в тексте;
- 4) ссылка на таблицу осуществляется следующим образом: см. табл. 2.1;
- 5) приведенные в работе таблицы должны быть описаны, т.е. проанализировано их содержание, сделаны соответствующие выводы.

Таблица должна иметь следующий вид:

Таблица 2.1 - Объем продаж товаров ООО "Керамика" за 1 квартал 2019 г.,
тыс. руб.
(тематический заголовок)

(головка таблицы)	Объем реализаци и	Январь	Февраль	Март	Всего за квартал
(основная часть)	По плану	600	700	700	2000
	Фактичес ки	200	500	1350	2050
	(боковик)	(прографка)			

Приведенные в работе цитаты, схемы, цифровые данные, таблицы и другие материалы, заимствованные из публикаций, должны иметь ссылку на первичный источник. Ссылка приводится в квадратных скобках после цитаты или данных. В скобках ставится порядковый номер источника, название которого должно быть приведено в списке литературы, помещенном в конце работы, и номер страницы источника (например: [10, с.95]). Если в излагаемом материале используется несколько источников, то ссылка на них оформляется таким образом [8,10,15]

Литературные источники в списке литературы следует располагать в алфавитном порядке. По каждому источнику указывают фамилию и инициалы автора, полное название книги, место, издательство, год издания (например: Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В. Организация и управление коммерческой деятельностью. - М.: Дашков и К, 2012).

В курсовой работе могут приводиться формулы, которые нумеруются арабскими цифрами, как и таблицы. Номер проставляется в круглых скобках напротив формулы справа.

На титульном листе работы должна стоять подпись студента, а на последней странице - дата окончания работы и подпись.

В приложения выносятся, как правило, промежуточные математические выкладки, большие расчеты, таблицы вспомогательных цифровых данных и другой материал, который необходим для раскрытия темы работы, но громоздок для текста. Каждое приложение начинается с новой страницы, в правом верхнем углу пишется слово "Приложение", ставится порядковый номер (если в работе несколько приложений). Например: Приложение 1, Приложение 2. Каждое приложение должно иметь тематический заголовок.

4. ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Написанную и оформленную в соответствии с указаниями курсовую работу студенты сдают на кафедру лаборанту, который ее регистрирует и передает преподавателю.

Преподаватель проверяет работу, указывает ее достоинства и недостатки, дает заключение о возможности доступа к защите. Если содержание и оформление курсовой работы признаны неудовлетворительными, то она к защите не допускается и возвращается студенту на доработку. Повторное рецензирование работы осуществляется только в том случае, если к ней приложена ранее не зачтенная работа.

В процессе защиты студент должен убедительно обосновать свои выводы и предложения, дать исчерпывающие ответы на вопросы и замечания преподавателя и на все замечания по работе. После этого ставится окончательная оценка за курсовую работу. После защиты курсовые работы остаются на кафедре.

Студент допускается к сдаче экзамена по данной дисциплине только после получения положительной оценки по курсовой работе.

5. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Оценка организации и управления коммерческой деятельностью торгового предприятия (оптового или розничного).
2. Комплексная оценка коммерческой деятельности оптовых (розничных) торговых предприятий.
3. Оценка информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой деятельности торгового предприятия.
4. Совершенствование сбытовой политики торгового предприятия.
5. Совершенствование сбытовой политики производственного предприятия.
6. Формирование ассортимента и управление товарными запасами на торговом предприятии.
7. Совершенствование коммерческой деятельности торгового предприятия по продаже (оптовой, розничной) товаров.
8. Управление процессом обслуживания покупателей в торговом предприятии.
9. Оценка системы основных элементов, формирующих уровень обслуживания покупателей в торговле.
10. Совершенствование деятельности по оказанию услуг покупателям оптовыми предприятиями.
11. Оценка состояния оказания торговых услуг покупателям в магазине.
12. Повышение эффективности коммуникационной политики торговых предприятий.
13. Использование средств маркетинговой коммуникации промышленными предприятиями.
14. Повышение конкурентоспособности торгового (промышленного) предприятия.
15. Повышение конкурентоспособности предприятия на рынке клининговых услуг.
16. Повышение конкурентоспособности продукции промышленного предприятия в рыночных условиях.

17. Применение элементов маркетинга в деятельности торгового предприятия.
18. Применение маркетинговых исследований в разработке стратегий развития предприятия в рыночных условиях
19. Совершенствование коммерческой деятельности промышленных предприятий по сбыту произведенной продукции.
20. Совершенствование коммерческой деятельности по материально-техническому обеспечению промышленных предприятий.
21. Совершенствование коммерческой деятельности промышленных предприятий.
22. Совершенствование управления сбытовой деятельности промышленного предприятия.
23. Совершенствование коммерческой деятельности торговых предприятий (оптовых или розничных) по закупке и сбыту товаров.
24. Совершенствование коммерческой деятельности торговых предприятий по закупке товаров.
25. Совершенствование коммерческой деятельности торговых предприятий.
26. Совершенствование коммерческой деятельности строительных организаций по сбыту продукции.
27. Совершенствование деятельности по оказанию деловых услуг (в бытовом обслуживании, здравоохранении, общественном питании и др.)
28. Совершенствование управления персоналом предприятия сферы услуг (например, торговля, общественного питания и др.)
29. Разработка стратегий развития торгового предприятия.
30. Совершенствование деятельности коммерческого предприятия по разработке и реализации стратегий развития.
31. Применение маркетинговых стратегий для создания конкурентного преимущества торгового предприятия.

6. ПРИМЕРНЫЕ ПЛАНЫ ПО ОТДЕЛЬНЫМ ТЕМАМ КУРСОВЫХ РАБОТ

Тема 6. Формирование ассортимента и управление товарными запасами на торговом предприятии

Введение.

1. Теоретические основы формирования ассортимента и управления товарными запасами.

1.1. Понятие ассортимента и торговой номенклатуры товаров.

1.2. Основные факторы и принципы формирования торгового ассортимента в магазине.

1.3. Понятие товарных запасов и управления ими в магазине.

1.4. Нормирование товарных запасов.

2. Состояние формирования ассортимента и управления товарными запасами на конкретном торговом предприятии.

2.1. Оценка деятельности по формированию торгового ассортимента

2.2. Анализ закупочной и сбытовой деятельности магазина.

2.3. Анализ состояния товарных запасов и показателей их использования.

3. Направления совершенствования деятельности по формированию ассортимента и управлению товарными запасами.

Заключение.

Список использованной литературы

Тема 7. Совершенствование коммерческой деятельности торгового предприятия по оптовой продаже товаров

Введение

1. Деятельность оптового предприятия в условиях рынка.

1.1. Сущность оптовой торговли и ее место в сфере обращения.

1.2. Значение и содержание сбытовой деятельности в оптовой торговле.

1.3. Применение маркетинга в оптовой торговле.

1.4. Организация и планирование сбытовой деятельности оптового предприятия.

2. Анализ сбытовой деятельности конкретного оптового предприятия.

2.1. Общая характеристика конкретного оптового предприятия.

2.2. Оценка состояния организации и планирования сбытовой деятельности.

2.3. Состояние маркетинговой деятельности.

2.4. Анализ результатов сбытовой деятельности.

3. Предложения по совершенствованию сбытовой деятельности конкретного оптового предприятия.

Заключение.

Список использованной литературы

Тема 14. Повышение конкурентоспособности торгового предприятия

Введение.

1. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятия.

1.1. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность».

1.2. Критерии и показатели конкурентоспособности предприятия.

1.3. Подходы к анализу конкурентов и методы оценки конкурентоспособности предприятия.

2. Анализ деятельности по оценке конкурентоспособности конкретного торгового предприятия.

2.1. Общая характеристика конкретного торгового предприятия.

2.2. Оценка состояния маркетинговой деятельности торгового предприятия.

2.3. Деятельность по изучению конкурентов.

2.4. Определение конкурентоспособности конкретного торгового предприятия.

3. Предложения по повышению конкурентоспособности конкретного торгового предприятия.

Заключение

Список использованной литературы

Тема 15. Повышение конкурентоспособности сервисного предприятия на рынке клининговых услуг

Введение

1. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятия.
 - 1.1. Сущность понятия «конкурентоспособность» предприятия.
 - 1.2. Критерии и показатели конкурентоспособности предприятия.
 - 1.3. Методы изучения конкурентов и оценки конкурентоспособности предприятия.
2. Анализ состояния коммерческой деятельности по оказанию клининговых услуг конкретным предприятием.
 - 2.1. Общая характеристика конкретного клинингового предприятия и оценка основных показателей его деятельности.
 - 2.2. Оценка состояния предоставления услуг клиентам.
 - 2.3. Оценка используемых элементов маркетинга и определение конкурентоспособности клинингового предприятия
3. Направления повышения конкурентоспособности предприятия на рынке клининговых услуг.

Заключение

Список использованной литературы

Тема 17. Применение элементов маркетинга в деятельности розничного предприятия

Введение.

1. Теоретические аспекты маркетинга розничной торговли.
 - 1.1. Место розничной торговли в сфере обращения.
 - 1.2. Особенности применения маркетинга в розничной торговле.
 - 1.3. Маркетинговые коммуникации, используемые в розничной торговле.
 - 1.4. Обслуживание покупателей и оказание дополнительных услуг как возможность повышения конкурентоспособности магазина.
2. Анализ маркетинговой деятельности конкретного магазина.
 - 2.1. Общая характеристика магазина и анализ основных показателей его деятельности.
 - 2.2. Анализ состояния маркетинговой деятельности магазина. Состояние организации обслуживания покупателей и качества оказываемых услуг.
 - 2.3. Анализ результатов сбытовой деятельности.
 - 2.4. Анализ конкурентов и определение конкурентоспособности магазина.
3. Предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности.

Заключение

Список использованной литературы

Тема 18. Применение маркетинговых исследований в разработке стратегии развития коммерческого предприятия в рыночных условиях

Введение

1. Теоретические аспекты применения маркетинговых исследований в разработке стратегии развития предприятия в рыночных условиях.

1.1. Сущность маркетинговых исследований как важной составляющей маркетинговой деятельности предприятия.

1.2. Этапы проведения маркетинговых исследований.

1.3. Методы проведения, обработки и анализа результатов маркетинговых исследований.

2. Анализ деятельности по проведению маркетинговых исследований конкретным предприятием.

2.1. Общая характеристика предприятия и анализ основных показателей его деятельности.

2.2. Оценка состояния маркетинговой деятельности.

2.3. Организация проведения маркетинговых исследований, оценка полученных результатов и степени их использования в деятельности предприятия.

3. Предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности и проведению маркетинговых исследований.

Заключение

Список использованной литературы

Тема 19. Совершенствование коммерческой деятельности промышленного предприятия по сбыту произведенной продукции

Введение

1. Сущность коммерческой деятельности промышленного предприятия по сбыту продукции в условиях рынка.

1.1. Понятие коммерческой деятельности промышленного предприятия по сбыту продукции.

1.2. Планирование сбытовой деятельности промышленного предприятия.

1.3. Организация сбытовой деятельности промышленного предприятия.

1.4. Применение маркетинга в промышленном производстве.

2. Анализ состояния коммерческой деятельности по сбыту готовой продукции на конкретном предприятии

2.1. Общая характеристика конкретного промышленного предприятия.

2.2. Оценка состояния организации и планирования сбытовой и маркетинговой деятельности.

2.3. Анализ результатов сбытовой и маркетинговой деятельности.

3. Предложения по совершенствованию сбытовой деятельности конкретного промышленного предприятия.

Заключение

Список использованной литературы

Тема 20. Совершенствование коммерческой деятельности по материально-техническому обеспечению промышленного производства

Введение

- 1.1. Содержание коммерческой деятельности по обеспечению материальными ресурсами промышленных предприятий.
- 1.2. Планирование материально-технического обеспечения.
- 1.3. Организация материально-технического обеспечения производства.
- 1.4. Разработка политики закупок.
2. Оценка состояния снабженческой деятельности на конкретном промышленном предприятии.
 - 2.1. Общая характеристика конкретного предприятия и анализ основных показателей его деятельности.
 - 2.2. Оценка состояния организации и планирования снабженческой деятельности предприятия.
 - 2.3. Анализ состояния запасов материальных ресурсов и оборачиваемости оборотных средств.
3. Предложения по совершенствованию материально-технического снабжения конкретного промышленного предприятия.

Заключение

Список использованной литературы

Тема 21. Совершенствование коммерческой деятельности промышленного предприятия

Введение

1. Современные аспекты коммерческой деятельности предприятий-производителей.
 - 1.1. Сущность коммерческой деятельности промышленных предприятий в современных условиях.
 - 1.2. Организация и планирование коммерческой деятельности промышленных предприятий по сбыту и маркетингу.
 - 1.3. Организация и планирование коммерческой деятельности промышленных предприятий по обеспечению производства материальными ресурсами.
2. Анализ состояния коммерческой деятельности конкретного промышленного предприятия.
 - 2.1. Общая характеристика конкретного предприятия.
 - 2.2. Оценка состояния снабженческой деятельности предприятия.
 - 2.3. Анализ состояния и результатов сбытовой и маркетинговой деятельности.
3. Направления совершенствования коммерческой деятельности конкретного промышленного предприятия.

Заключение

Список использованной литературы

Тема 23. Совершенствование коммерческой деятельности торгового предприятия по закупке и сбыту товаров

Введение

1. Теоретические основы коммерческой деятельности предприятий розничной торговли.
 - 1.1. Понятие коммерческой деятельности и ее особенности в розничной торговле.
 - 1.2. Сущность закупочной деятельности в розничной торговле.
 - 1.3. Коммерческая работа по розничной продаже товаров.
 - 1.4. Особенности применения маркетинга в розничной торговле.
 2. Оценка состояния коммерческой деятельности конкретного магазина.
 - 2.1. Общая характеристика конкретного магазина
 - 2.2. Оценка состояния закупочной деятельности магазина.
 - 2.3. Анализ сбытовой деятельности магазина.
 - 2.4. Элементы маркетинга, реализуемые в деятельности магазина.
 3. Направления совершенствования коммерческой деятельности конкретного магазина.
- Заключение
- Список использованной литературы

Тема 24. Совершенствование коммерческой деятельности торгового предприятия по закупке товаров

Введение

1. Коммерческая деятельность торговых предприятий по оптовым закупкам товаров.
 - 1.1. Значение и содержание закупочной деятельности.
 - 1.2. Организация и планирование закупочной деятельности в розничной (оптовой) торговле.
 - 1.3. Организация хозяйственных связей по закупкам товаров.
2. Анализ состояния закупочной деятельности конкретного торгового предприятия.
 - 2.1. Общая характеристика конкретного торгового предприятия.
 - 2.2. Оценка состояния закупочной деятельности.
 - 2.3. Формирование торгового ассортимента и анализ состояния товарных запасов
 - 2.4. Оценка результатов сбытовой деятельности.
3. Предложения по совершенствованию закупочной деятельности конкретного торгового предприятия.

Заключение

Список использованной литературы

Тема 25. Совершенствование коммерческой деятельности торговых предприятий (розничных, оптовых).

Введение

1. Теоретические основы коммерческой деятельности торговых предприятий.
 - 1.1. Понятие коммерческой деятельности и ее особенности в розничной торговле.
 - 1.2. Коммерческая деятельность по закупке товаров.

- 1.3. Коммерческая деятельность по продаже товаров.
 - 1.4. Особенности применения маркетинга в розничной торговле.
 2. Анализ состояния коммерческой деятельности конкретного розничного предприятия.
 - 2.1. Общая характеристика конкретного магазина.
 - 2.2. Оценка состояния закупочной деятельности в магазине.
 - 2.3. Оценка состояния и результатов сбытовой и маркетинговой деятельности магазина.
 3. Предложения по совершенствованию коммерческой деятельности конкретного предприятия розничной торговли.
- Заключение
- Список использованной литературы

Тема 26. Совершенствование коммерческой деятельности строительных организаций по сбыту продукции

Введение

1. Теоретические основы коммерческой деятельности строительных организаций.
 - 1.1. Содержание и особенности коммерческой деятельности в строительстве.
 - 1.2. Организация и планирование материально-технического снабжения строительных организаций.
 - 1.3. Организация и планирование сбытовой и маркетинговой деятельности строительных организаций.
2. Анализ коммерческой деятельности конкретной строительной организации.
 - 2.1. Общая характеристика конкретной строительной организации.
 - 2.2. Оценка состояния материально-технического снабжения строительства.
 - 2.3. Анализ сбытовой и маркетинговой деятельности конкретной строительной организации.
3. Направления совершенствования коммерческой деятельности конкретной строительной организации.

Заключение

Список использованной литературы

Тема 27. Совершенствование деятельности по оказанию деловых услуг (в бытовом обслуживании, общественном питании, здравоохранении и др.)

Введение

1. Теоретические аспекты оказания деловых услуг в современных условиях.
 - 1.1. Сущность деловых услуг.
 - 1.2. Характеристика и особенности деловых услуг.
 - 1.3. Применение маркетинга в сфере услуг.
2. Анализ деятельности по оказанию услуг конкретного салона красоты.

- 2.1. Общая характеристика конкретного салона красоты и анализ основных показателей его деятельности.
- 2.2. Оценка состояния оказания услуг и маркетинговой деятельности салона.
- 2.3. Деятельность по анализу конкурентов и оценке конкурентоспособности салона.
3. Пути совершенствования деятельности по оказанию услуг конкретного салона красоты.

Заключение

Список использованной литературы

Тема 28. Совершенствование управления персоналом предприятия сферы услуг (например, торговля, общественного питания и др.)

Введение

1. Управление персоналом на торгового предприятия.
 - 1.1. Общие основы управления персоналом в торговле.
 - 1.2. Управление численностью и составом персонала.
 - 1.3. Управление производительностью труда.
 - 1.4. Управление стимулированием труда.
2. Оценка состояния управления персоналом конкретного торгового предприятия.
 - 2.1. Общая характеристика конкретного торгового предприятия.
 - 2.2. Анализ основных показателей деятельности.
 - 2.3. Оценка деятельности по управлению персоналом.
3. Предложения по совершенствованию управления персоналом конкретного торгового предприятия.

Заключение

Список использованной литературы

Тема 29. Разработка стратегий развития торгового предприятия

Введение.

1. Маркетинговая стратегия как важная составляющая эффективного бизнеса.
 - 1.1. Сущность маркетинговой стратегии, ее виды.
 - 1.2. Принципы и процесс разработки стратегии.
 - 1.3. Реализация маркетинговой стратегии.
2. Оценка используемых маркетинговых стратегий на конкретном предприятии.
 - 2.1. Оценка состояния организации и планирования маркетинговой деятельности торгового предприятия.
 - 2.2. Определение эффективности используемых маркетинговых стратегий.
 - 2.3. Анализ результатов сбытовой деятельности.
3. Предложения по разработке маркетинговых стратегий и их применении в деятельности торгового предприятия.

Заключение.

Список использованной литературы

Тема 31. Применение маркетинговых стратегий для создания конкурентного преимущества предприятия

Введение.

1. Стратегии как эффективный инструмент перспективного управления деятельностью предприятия в рыночных условиях.

1.1. Понятие стратегии, ее виды, место в стратегическом планировании.

1.2. Принципы и последовательность разработки стратегии.

1.3. Понятие конкурентоспособности предприятия.

2. Оценка конкурентоспособного потенциала конкретного предприятия.

2.1. Оценка организации и планирования сбытовой и маркетинговой деятельности.

2.2. Анализ результатов сбытовой деятельности.

2.3. Оценка реализуемых на предприятии целей, задач, стратегий развития предприятия.

2.4. Анализ конкурентов и определение конкурентоспособности предприятия.

3. Предложения по повышению конкурентоспособности предприятия.

Заключение

Список использованной литературы

9. Список основной и дополнительной литературы

№	Список основной и дополнительной литературы
Основная литература	
1.	Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. –СПб.: Питер, 2004.
2.	Антонов Г.А., Иванова О.П., Тумин В.М. Управление конкурентоспособностью организации: Учебное пособие. –М.: ИНФРА-М, 2014.
3.	Беликов И.П. Современные форматы розничной и оптовой торговли.- Лаборатория книги, 2012. www.direktmedia.ru/book_142448
4.	Бланк И.А. Торговый менеджмент. – К. Эльга, Ника-Центр, 2004.
5.	Бузукова Е.А. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы. –СПб.: Питер, 2007.
6.	Бузукова Е. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице. –СПб.: Питер, 2015.
7.	Бунеева Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление. – Ростов н/Д: Феникс, 2009.
8.	Виханский О.С. Стратегическое управление. –М.: Гардарики, 2000.
9.	Голиков Е.А. Оптовая торговля. Менеджмент. Маркетинг. Логистика. Финансы. Безопасность. – М.: Экзамен, 2003.
10.	Голубин Е.В. Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта. – М.: Вершина, 2006.
11.	Даненбург В., Тейлор В. Основы оптовой торговли. – М.: Сирин, 2003.

12.	Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В. Организация и управление коммерческой деятельностью. - М.: Дашков и Ко, 2012.
13.	Дженстер П., Хасси Д. Анализ сильных и слабых сторон компании. - М.: Вильямс, 2003.
14.	Должностные инструкции в торговле. М.: Приор, 2001.
15.	Егоров В.Ф. Организация торговли. - СПб.: Питер, 2006.
16.	Зотов В.В. Ассортиментная политика фирмы. М.: Эксмо, 2006
17.	Иванов Г.Г., Лебедева И.С., Панкина Т.В. Управление торговой организацией. - М.: ИД «Форум», ИНФРА-М, 2015.
18.	Кент. Тони. Розничная торговля. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
19.	Книга директора магазина. /Под ред. С.В.Сысоевой. - СПб.: 2007.
20.	Коммерция. /Под ред. д.э.н., проф. Альбекова А.У. - Ростов Н/Д: РГЭУ, 2005.
21.	Кравченко Л.А. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. - М.: Новое знание, 2005.
22.	Красюк И.А., Казакова Л.В. Маркетинг в коммерческой деятельности. - Ростов н/Д: Феникс, 2015.
23.	Лапыгин Ю.Н. Стратегическое развитие организации. - М.: КНОРУС. 2005.
24.	Леви М., Вейтц Б.А. Основы розничной торговли. - СПб.: Питер, 1999.
25.	Новиков О.А. Организация оптово-продовольственных ярмарок. - М.: Дашков и К, 2002.
26.	Ньюмен Э., Каллен П. Розничная торговля и управление. - СПб.: Питер, 2005.
27.	Николайчук В.Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис. - СПб.: Питер, 2005.
28.	Памбухчиянц О.В. Организация торговли: Учебник / О.В. Памбухчиянц. - Дашков и Ко, 2017.
29.	Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.. Коммерческая деятельность. - М.: Дашков и Ко, 2015.
30.	Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли. - М.: КНОРУС, 2008.
31.	Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Маркетинг в розничной торговле. - М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2004.
32.	Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. - М.: Инфра-М, 2010.
33.	Розничные торговые сети: стратегия, экономика и управление. /Под ред. А.А. Есютина и Е.В. Карповой. - М.: КНОРУС, 2010.
34.	Салливан М. Эдкок Д. Маркетинг в розничной торговле. - СПб.: Нева, 2004.
30.	Сидоров Д.В. Розничные сети, Секреты эффективности и типичные ошибки при работе с ними. - М.: Вершина, 2007.
35.	Синяева И.М. Коммерческая деятельность в сфере товарного обращения. - М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2005.
36.	Сорокина М.В. Менеджмент в торговле. - СПб.: Бизнес-пресса, 2008.
37.	Сорокина М.В. Менеджмент торгового предприятия. - СПб.: Питер, 2003

38.	Сысоева С.В. Бузукова Е.А. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице. –СПб.: Питер, 2008.
39.	Сысоева С.В. Стандарт розничного магазина. – СПб.: Питер, 2008.
40.	Снегирева В.В. Розничный магазин, Управление ассортиментом по товарным категориям. –СПб.: Питер, 2005.
41.	Степанов К.В. Конкурентоспособность торгового предприятия. –М.: Дело, 2015.
42.	Управление персоналом организации./Под ред. Кабанова А.Я. –М.: ИНФРА-М, 2003.
43.	Чайникова Л.Н Конкурентоспособность предприятия. –Тамбов: Изд. Тамбовского госуд. Университета, 2016.
44.	Экономика анализ и планирование на предприятиях торговли. /Под ред. А.Н. Соломатина. –СПб.: Питер, 2009.
	Дополнительная литература
45.	Анурин В. и др. Маркетинговые исследования потребительского рынка. –СПб.: Питер, 2004.
46.	Дашков Л.П. и др. Организация труда работников торговли. - М.: Дашков и К, 2007.
47.	Доумен Д. и др. Изучение конъюнктуры рынка – это просто. /Серия «Бизнес -технологии». – Ростов Н/Д: Феникс, 2004.
48.	Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность. –М.: Альфа, 2004.
49.	Управление розничным маркетингом. /Под ред. Д.Гилберта. – М.:ИНФРА-М, 2005.
50.	Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристский бизнес –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.

Приложение 1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)

ФАКУЛЬТЕТ ТОРГОВОГО ДЕЛА

КАФЕДРА КОММЕРЦИИ И ЛОГИСТИКИ

КУРСОВАЯ РАБОТА

По дисциплине: "**Организация торговой деятельности**"
на тему _____

на примере _____

Профиль

Факультет

Курс

Группа

Студент

Ф.И.О.

Руководитель работы

Ф.И.О.

Работа допущена к защите " ____ " _____ 202_ г.

Работа защищена с оценкой " ____ " " ____ " _____ 202_ г.

г. Ростов-на-Дону

20__