

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ ДРУКАРСТВА
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МАРКЕТИНГУ



МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ЩОДО ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ
З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»
ДЛЯ СТУДЕНТІВ ДЕННОЇ ТА ЗАОЧНОЇ ФОРМ НАВЧАННЯ
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ
076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»

ЛЬВІВ 2019

УДК 655.4+338

Сосновська О.О.

С66 Торговельне підприємництво: методичні рекомендації щодо виконання курсової роботи з навчальної дисципліни для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Львів: УАД, 2019. – 66 с.

Рекомендовано кафедрою підприємництва та маркетингу, протокол № 14 від «4» червня 2019 р.

Укладач: канд. екон. наук, ст. викл. Сосновська О.О.

Відповідальний за випуск: завідувач кафедри підприємництва та маркетингу, д.е.н., проф. Палига Є.М.

Рецензент к.е.н., доц. Л. П. Стеців
д.е.н., доц. В.Б. Базилюк

Методичні рекомендації містять загальні вимоги та структуру курсової роботи, методичні вказівки щодо виконання її основних розділів і оформлення, організацію процесу підготовки та порядок захисту.

Методичні рекомендації розроблено для надання студентам практичної та методичної допомоги при виконанні курсової роботи; формування практичних умінь та навичок збору, опрацювання й аналізу торговельної діяльності.

ВСТУП

Курсова робота є одним із видів наукової роботи, самостійним навчально-науковим дослідженням студента. Виконання курсової роботи має за мету дати студентам навички проведення наукового дослідження, творчої самостійної роботи, оволодіння загальнонауковими та спеціальними методами сучасних наукових досліджень, поглибленого вивчення питань організації і технології торговельного підприємництва, сутності комерційних процесів, що протікають в сфері торгівлі.

Згідно з Положенням про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах України курсова робота виконується з метою закріплення, поглиблення і узагальнення знань, одержаних студентами за час навчання, та їх застосування до комплексного вирішення фахового завдання.

Курсова робота допомагає студентам систематизувати теоретичні знання з курсу «Торговельне підприємництво» та оволодіти первинними навичками дослідницької роботи з інформаційними матеріалами, творчо осмислювати, формулювати висновки, пропозиції і рекомендації з предмету дослідження. За бажанням студента курсова робота в подальшому може стати основою при написанні дипломної роботи.

1. Загальні положення

Курсова робота має на меті навчити студентів застосовувати знання при виконанні конкретного фахового завдання, формування навичок і вмінь самостійно працювати з навчальною, науковою літературою, електронно-обчислювальною технікою, використовуючи сучасні інформаційні технології, програмні продукти та засоби навчання.

Курсова робота дозволяє оцінити рівень теоретичної і практичної підготовки студентів, виявити глибину знань законодавчих і нормативних актів України.

Виконання курсової роботи здійснюється в такій послідовності:

1. Вибір теми курсової роботи, розроблення плану роботи.
2. Ознайомлення зі спеціальною літературою за тематикою курсової роботи, нормативними документами, статистичною інформацією. Проведення додаткових обслідувань торговельних та інших об'єктів, анкетних опитувань покупців, фахівців торгівлі тощо.
3. Написання теоретичної частини курсової роботи.
4. Вивчення об'єкта досліджень, опрацювання зібраних матеріалів, їх економічний аналіз. Застосування комп'ютерних програм для обробки отриманої інформації.
5. Написання основної (дослідницької) частини курсової роботи.
6. Написання заключної частини роботи: висновків і пропозицій, оформлення переліку літературних джерел та додатків.
7. Загальне оформлення курсової роботи відповідно до встановлених вимог.
8. Представлення роботи на кафедру, допуск її до захисту.
9. Захист курсової роботи.

Тема курсової роботи обирається студентом самостійно, шляхом ознайомлення із рекомендованою тематикою (див. п. 4; 5), яка охоплює основні розділи, теми, сучасні проблеми розвитку торговельного підприємництва та внутрішньої торгівлі на ринку товарів та послуг.

Студент може обрати тему курсової роботи, не передбачену рекомендованою тематикою при умові узгодження її з керівником і відповідності змісту навчальної програми з дисципліни.

Керівник курсової роботи:

- затверджує складений студентом план курсової роботи;
- визначає порядок і терміни виконання курсової роботи;
- рекомендує студентам сучасні літературні джерела та дає поради щодо збору практичних матеріалів та статистичної звітності на підприємстві, які необхідні для виконання курсової роботи;
- визначає консультаційні дні щодо процесу виконання курсової роботи;
- періодично перевіряє якість і своєчасність виконання курсової роботи;

- у разі недотримання термінів виконання курсової роботи студентом доповідає завідувачу кафедри або запрошує його на засідання кафедри.

2. Вимоги до курсової роботи

Курсова робота виконується відповідно до розробленої і затвердженої тематики. Вона ґрунтується на теоретичних знаннях та практичних навичках, отриманих студентом протягом навчання і самостійної науково-дослідної роботи.

В курсовій роботі повинні знайти відображення:

- обґрунтування актуальності теми та мети дослідження;
- формулювання завдань, які потрібно вирішити, щоб досягти поставленої мети;
- вичерпна характеристика об'єкту та мети дослідження;
- оцінка сучасного стану розв'язання проблем на основі аналізу вітчизняної та зарубіжної літератури та проблем, що є актуальними на даний час дослідження;
- самостійне використання методів та методики дослідження проблем, а також їх інформаційного, апаратного та методичного забезпечення;
- аналіз та узагальнення результатів досліджень і розрахунків та надання пропозицій щодо ефективного впровадження їх в практику господарювання вітчизняних підприємств.

2.1. Вимоги до структури курсової роботи

Структура курсової роботи складається з :

Титульного листа (Додаток А)

Завдання на курсову роботу (Додаток Б)

Змісту (Додаток В)

Вступу

Основної частини

Висновків і пропозицій

Списку використаних джерел

Додатків

Кількість питань основної частини і порядок розміщення їх у плані визначаються у кожному конкретному випадку із врахуванням специфіки теми курсової роботи.

Кожне питання розміщується з нової сторінки, а підпункт починається на тій же сторінці, на якій закінчувався попередній.

2.1.1. Титульний лист.

Титульний лист є першою сторінкою курсової роботи, оформляється згідно з установленими вимогами до науково-дослідних робіт (Додаток А) і служить джерелом інформації, яка необхідна для реєстрації роботи і перевірки викладачем кафедри.

2.1.2. План, затверджений керівником курсової роботи.

План відображає зміст курсової роботи у вигляді основних питань. Розроблений план узгоджується з керівником. Робота, яка виконана без затвердженого плану або з планом зі змінами без узгодження з керівником, на перевірку не приймається.

План, затверджений керівником, не входить до загальної нумерації сторінок курсової роботи.

2.1.3. Зміст.

Зміст подається після плану і має наступні складові: вступ, найменування всіх пунктів і підпунктів плану, висновки і пропозиції, перелік літературних джерел, додатки (Додаток В). Кожна складова має чітке визначення нумерації сторінки, за якою вона міститься в курсовій роботі.

Зміст входить до загальної нумерації сторінок курсової роботи і є її другою сторінкою.

2.1.4. Вступ.

Вступ до курсової роботи розміщується на новій сторінці. У вступі викладаються:

- актуальність обраної теми, її теоретичне та практичне значення; законодавчі та нормативні документи, які регламентують стан проблеми, що вивчається;
- світові тенденції вирішення поставлених проблем;
- коротка характеристика об'єкту дослідження (місце знаходження, форма власності, організаційно-правова форма тощо) та невирішені проблеми для даного об'єкту дослідження;
- мета й завдання курсової роботи;
- період досліджень (не менше 3 років);
- оцінка сучасного стану проблем на основі аналізу літературних джерел та практичного вирішення існуючих проблем досліджуваного підприємства;
- методи досліджень та інформаційне забезпечення роботи;
- відомості про обсяг і структуру роботи (наявність та кількість таблиць, рисунків, додатків тощо).

Обсяг вступу – до 3-х сторінок друкованого тексту.

2.1.5. Основна частина.

Основна частина ділиться на 4-6 питань. До складу основної частини входять теоретичні і практичні питання, передбачені планом курсової роботи. Вона повинна містити дані, які відображають суть, методiku і основні результати виконаної роботи.

У теоретичній частині курсової роботи міститься огляд літератури за обраною темою, визначення понять і термінології, відображаються суть, зміст, напрямки досліджень з проблеми, яка обрана темою курсової роботи, висвітлюються роль і значення цієї проблеми в

становленні ринкових відносин в Україні, дається характеристика методик, методів та моделей досліджень, формулюється власна думка щодо розв'язання даної проблеми.

Основними джерелами для написання теоретичної частини курсової роботи є: законодавчі і нормативні матеріали Верховної Ради України, Президента України, кабінету Міністрів України, опубліковані в офіційних виданнях; постанови Рад народних депутатів, місцевих виконавчих органів, що безпосередньо стосується практики торговельного підприємництва, комерційної діяльності та організації оптової торгівлі та торговельного обслуговування; рекомендації та інструктивні матеріали УАД; науково-теоретичні роботи, науково-методичні рекомендації, журнальні і газетні статті в галузевих та спеціалізованих виданнях; матеріали періодичної звітності окремих підприємств, статистичних органів різних ланок та ін.

Теоретична частина складається з одного питання, яке може бути поділене на 2-3 підпункти. В кінці теоретичної частини повинен бути зроблений обґрунтований перехід до практичної частини роботи. *Обсяг теоретичної частини – до 15 сторінок друкованого тексту.*

Практична частина роботи є найбільш змістовною і значною (до 50% всього обсягу курсової роботи), вона виконується на конкретному цифровому (статистичному або оперативно-бухгалтерському) матеріалі, що здатний повністю розкрити сутність явища, що аналізується, в динаміці та охарактеризувати проблему в цілому. У практичній частині повинен бути проведений аналіз об'єкту дослідження на основі зібраної та обробленої інформації, якою можуть бути: плани роботи підприємств, річні звіти, статистична та бухгалтерська звітність та інша технічна чи службова документація. Характер і обсяг матеріалу залежить від особливостей обраної теми та методики досліджень.

Практична частина роботи починається з другого питання, в якому, як правило, подається загальна організаційно-економічна характеристика підприємства. Вона передбачає аналіз схеми організаційної побудови апарату управління досліджуваного об'єкту, функції окремих його підрозділів, відображає зміни складу і чисельності працівників комерційних, фінансових і економічних служб не менше як за останні 3 роки.

Для економічної характеристики підприємства аналізуються: роздрібний товарообіг, товарні запаси (в сумі і в днях обороту), витрати обігу (в сумі і по статтях у відсотках до підсумку), рівень витрат обігу, прибуток, рентабельність. Аналіз передбачає вивчення їх змін в динаміці, в порівнянні з прогнозними даними, з врахуванням факторів, які впливають на їх стан та структурні зміни.

У випадку, коли курсова робота виконується на прикладі окремої товарної групи, більш детально аналізуються показники по цій групі

товарів, загальна ж характеристика дається по підприємству в цілому. Орієнтованість роботи на окрему товарну групу чи на підприємство в цілому узгоджується з викладачем.

Аналіз обраної інформації повинен проводитись за допомогою сучасних методів економічного, соціологічного, соціального, психологічного і технологічного аналізу, що ґрунтується на проведених дослідженнях та використанні сучасних комп'ютерних технологій.

Метою проведеного аналізу є з'ясування позитивних і негативних тенденцій стану досліджуваної проблеми і пошук можливих напрямків щодо оптимізації діяльності підприємства.

Якщо рекомендації щодо написання вступу, першого і другого питання плану характерні майже для всіх тем курсових робіт, то при виконанні наступних питань (3, 4, 5 і т.д.) потрібна індивідуальна консультація у наукового керівника.

Кожне наступне питання повинно мати логічний зв'язок з попереднім і мати коротке узагальнення щодо його змісту.

Практична частина роботи повинна доповнюватися таблицями, рисунками, графіками, формулами, моделями і т.д. *Обсяг практичної частини – 20-30 сторінок друкованого тексту.*

2.1.6. Заключна частина.

Заключна частина вміщує в собі висновки та пропозиції, що сформульовані в курсовій роботі.

Висновки є логічним продовженням аналізу теоретичного і практичного матеріалу попередніх розділів. Текст висновків повинен містити короткі висновки по змісту кожного питання плану, позитивні і негативні моменти в роботі об'єкта дослідження за напрямками, що вивчалися, об'єктивну оцінку отриманих результатів роботи та визначеної мети.

На підставі отриманих висновків у роботі слід викласти обґрунтовані пропозиції та рекомендації, які вміщують конкретні шляхи щодо усунення виявлених недоліків та удосконалення роботи досліджуваного об'єкта, запропоновані розрахунки соціально-економічного ефекту від впровадження запропонованих заходів.

Представлені в роботі висновки та пропозиції у значній мірі визначають якість курсової роботи. *Обсяг висновків та пропозицій – до 5 сторінок друкованого тексту.*

2.1.7. Список використаних джерел.

Список літератури, що використовувалась в процесі виконання курсової роботи, розміщується після висновків і пропозицій на окремих аркушах у відповідності до стандартів з бібліотечної та видавничої справ.

При виконанні курсової роботи рекомендується використати не менше 25 літературних джерел, звернути особливу увагу на найновіші публікації в періодичній пресі.

2.1.8. Додатки.

У додатки виносяться другорядні матеріали, які використовувались при написанні курсової роботи, але детально не аналізувалися в тексті чи використовувалися для підтвердження даних, які були використані в тексті.

До додатків курсової роботи можуть бути включені:

- додаткові ілюстрації та таблиці;
- матеріали, які через великий обсяг або форму подання не можна включати до основної частини (розрахунки, бухгалтерська та статистична звітність, копії програм робіт, ілюстрації, методики, опис розроблених комп'ютерних програм, фотографії та ін.)

Загальний обсяг курсової роботи повинен складати 35-50 сторінок друкованого тексту.

2.2. Правила оформлення та захисту курсової роботи

Курсова робота має бути виконана комп'ютерним або машинописним способом у відповідності до стандарту на виконання документів з використанням друкуючих та графічних пристроїв ПЕОМ.

Робота оформляється на аркушах формату А4 (210 x 297 мм) через 1,5 інтервали, розмір кегля – 14 пт. Розміри поля: верхнє, нижнє та ліве – 20 мм, праве – 10 мм.

Окремі слова та формули, що вписуються до надрукованого тексту, мають бути чорного кольору та мати близьку до основного тексту густоту, власні імена наводяться мовою оригіналу (при першому згадуванні – обов'язково).

Структурні елементи “ВСТУП”, “ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ”, “СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ” не нумерують, а їх найменування є заголовками структурних елементів.

Пункти і підпункти плану мають заголовки.

Заголовки структурних елементів і заголовки необхідно розташовувати посередині рядка і друкувати великими літерами без крапки в кінці. Заголовки пунктів та підпунктів необхідно починати з абзацу (5 знаків) і друкувати маленькими літрами, крім першої великої, без крапки в кінці.

Абзацний відступ повинен бути однаковим в продовж усього тексту курсової роботи і дорівнювати п'яти знакам.

Якщо заголовок складається з двох і більше речень, їх розділяють крапкою.

Перенесення слів у заголовку розділу не допускається.

Відстань між заголовком і подальшими чи попереднім текстом має бути не менше, ніж два рядки. Відстань між основами рядків заголовка, а також між двома, заголовками приймають такою, як у тексті.

Не допускається розміщувати назву розділу, підрозділу в нижній частині сторінки, якщо після неї розміщено тільки один рядок тексту.

Пункти та підпункти нумеруються арабськими цифрами. Номер

підпункту складається з номеру пункту, номера підпункту, розділених крапкою, наприклад, 1.1, 1.2 і т.д.

Сторінки курсової роботи нумеруються арабськими цифрами в правому верхньому кутку сторінок зі збереженням наскрізної нумерації всього тексту. Титульний аркуш теж включають до нумерації, але номер сторінки не ставлять.

2.2.1. Ілюстрації.

Ілюстрації необхідно розмішувати безпосередньо після тексту, в якому вони згадуються вперше або на наступній сторінці. На всі ілюстрації мають бути посилання в тексті роботи.

Ілюстрації нумеруються арабськими цифрами в межах пункту.

Назви ілюстрацій розміщують після їхніх номерів. За необхідності ілюстрації доповнюють пояснювальними даними (підрисунковий підпис).

Підпис під ілюстрацією зазвичай має такі основні елементи:

- найменування графічного сюжету, що позначається скороченим словом “Рисунок ___.”;
- порядковий номер ілюстрації, який вказується без знака номера арабськими цифрами;
- тематичний заголовок ілюстрації, що містить текст із стислою характеристикою зображення;
- якщо необхідно – експлікацію, яка будується так: деталі сюжету позначаються цифрами, що виносять у підпис, супроводжуючи їх текстом. Експлікація не замінює загального найменування сюжету, а лише пояснює його.

Приклад:

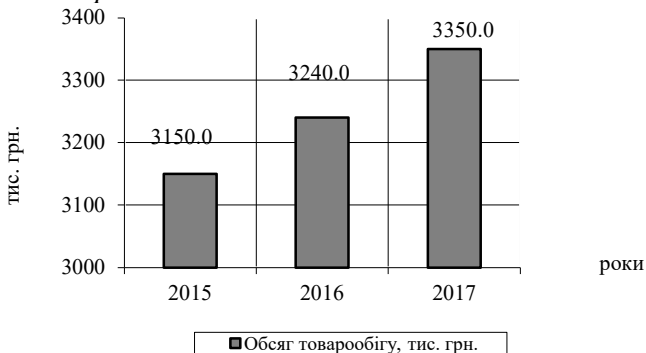


Рисунок 2.3. Обсяг товарообігу оптової бази у 2015-2017 рр.

2.2.2. Таблиці.

Цифровий матеріал розміщують у вигляді таблиць.

На всі таблиці мають бути посилання в тексті роботи. Нумерується таблиця арабськими цифрами в межах пункту. Слово “Таблиця”

розміщують зліва над першою частиною таблиці. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею та друкують симетрично до тексту. Назву починають з великої літери.

Таблицю слід розміщувати безпосередньо після тексту, в якому вона згадується вперше або на наступній сторінці. Таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на наступну сторінку. При перенесенні таблиці на наступну сторінку назву вміщують тільки над її першою частиною, над іншими частинами пишуть “Продовження таблиці _” і вказують номер таблиці, наприклад: “Продовження таблиці 2.1”.

Таблицю з великою кількістю граф можна ділити на частини і розміщувати одну частину під іншою в межах однієї сторінки. Якщо рядки або графи таблиці виходять за формат сторінки, то в першому випадку в кожній частині таблиці повторюють її шапку, а в другому – боковик.

Приклад:

Таблиця 1.1. Приблизні показники коефіцієнтів установчої та демонстраційної площ продовольчих магазинів самообслуговування

Площа торгового залу, кв. м	Коефіцієнт установчої площі K_y	Коефіцієнт демонстраційної площі K_d в магазинах	
		з універсальним асортиментом товарів	інших
До 250	0,32	–	0,70
251-650	0,30	0,72	0,68
651-1000	0,29	0,70	0,66
Понад 1000	0,27	0,68	0,66
В середньому	0,30	0,70	0,68

Коли текст, який повторюється в графі таблиці, складається з одного слова, його можна замінювати лапками; якщо з двох і більше слів, то при першому повторенні його замінюють словами “Те саме”, а далі – лапками. Ставити лапки замість цифр, знаків, математичних символів, які повторюються, не можна. Якщо цифрові або інші дані в якомусь рядку не подають, то в ньому ставлять прочерк.

2.2.3. Формули.

Формули та рівняння наводять безпосередньо після тексту, в якому вони згадуються, посередині рядка, з полями зверху і знизу не менше одного рядка.

Номер формули або рівняння складається з номера розділу і порядкового номера, розділеного крапкою. Номер проставляється в круглих дужках на рівні формули в крайньому правому положенні на рядку.

Пояснення символів та числових коефіцієнтів формул слід наводити безпосередньо під формулою, в тій самій послідовності, в якій вони

наведені в формулі. Перший рядок пояснень починають з абзацу словом “де” без двокрапки. Пояснення кожного символу необхідно починати з нового рядка.

Приклад:

$$K_y = \frac{S_y}{S_{\text{торг}}} \quad (3.1)$$

де K_y – коефіцієнт установчої площі;

S_y – установча площа, кв. м;

$S_{\text{торг}}$ – площа торгового залу магазину, кв. м.

2.2.4. Загальні правила цитування та посилання на використані джерела

При написанні курсової роботи автор повинен посилатися на джерела, матеріали яких наводяться в роботі. Посилання в тексті роботи на джерела слід зазначати порядковим номером за переліком літературних джерел, виділеним двома квадратними дужками, наприклад “... працях [1-3] ...”.

Коли в тексті роботи необхідно зробити посилання на складову частину чи конкретні сторінки відповідного джерела, можна наводити посилання у квадратних дужках, при цьому номер посилання має відповідати його бібліографічному опису за переліком літератури.

Приклад:

Методами роздрібного продажу товарів називають сукупність прийомів та способів, за допомогою яких здійснюється виконання торгово-технологічних операцій в процесі продажу товарів [7, с.321].

У переліку літератури надається джерело цитати, наприклад:

7. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг (за редакцією проф. Апопія В.В., проф. Гончарука Я.А.). Підручник. – К.: НМЦ “Укоопосвіта”, 2002. – 458 с.

Посилання на ілюстрації роботи вказують порядковим номером ілюстрації, наприклад, “рис. 1.2”.

Посилання на формули вказують порядковим номером формули в дужках, наприклад: “... у формулі (2.1)...”.

При посиланні на таблиці в тексті роботи слово “таблиця” пишуть скорочено, наприклад: “... у табл. 2.1 ...”. При повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації треба вказувати скорочено слово “дивись”, наприклад: “... див. табл. 3.1”.

Для підтвердження власних аргументів посиланням на авторитетне джерело або для критичного аналізу того чи іншого друкованого твору слід наводити цитати. Текст цитати починається і закінчується лапками і наводиться в тій граматичній формі, в якій він поданий у джерелі. Цитування повинно бути повним без довільного скорочення акторського тексту та без перекручування думок автора. Пропуск слів і

речень допускається без перекручування авторського тексту і позначається трьома крапками. Кожна цитата обов'язково супроводжується посиланням на джерело.

2.2.5. Список використаних джерел.

В перелік літератури включають всі використані джерела. Використовують такі варіанти побудови списку літературних джерел: алфавітний, у порядку першої згадки роботи, алфавітно-хронологічний, систематичний. Найчастіше використовують перші два.

При алфавітній побудові списку літератури бібліографічні записи групують у алфавітні ряди за прізвищами авторів, тобто розміщують в алфавітному порядку.

При складанні списків літератури у порядку першої згадки бібліографічні записи розміщують у порядку появи посилань в тексті роботи.

Всі літературні джерела нумеруються арабськими цифрами.

Обсяг списку використаних джерел не повинен перевищувати 5 % обсягу роботи.

Не дозволяється включати до переліку літератури:

- опис однієї і тієї ж публікації в різні бібліографічні записи (вказувати в декількох позиціях списку);
- опис двох і більше публікацій в один бібліографічний запис.

Мова опису повинна відповідати мові документа – об'єкта опису. Перші слова елементу опису слід приводити з великої літери.

Опис книги (навчальної, довідникової, методичної та ін.) повинен містити: прізвище та ініціали авторів, назву книги (її заголовок), свідчення про повторне видання, місце видання, видавництво і рік видання, кількість сторінок. Прізвище автора вказується у називному відмінку.

Якщо книга написана двома авторами, то їх прізвища з ініціалами вказують в тій послідовності, що і в книзі, перед прізвищем наступного автора ставлять кому.

Опис книг трьох авторів складається так: прізвище та ініціали першого автора і слова “та ін.” в скороченій формі. Якщо авторів більше чотирьох, вказують прізвища перших трьох авторів зі словами “та ін.”

Приклад:

Один автор

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії та практики / Варналій З.С. — К.: Т-во “Знання”, 2001. — 277 с.

Два автори

1. Божкова В.В. Мерчандайзинг: Навчальний посібник. / В. В. Божкова, Т.О. Башук. — Суми : ВТД «Університетська книга», 2007. — 125 с.

Більше авторів

1. Організація торгівлі / [Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М. і ін.]; за ред. В.В. Апопій. — [3-тє вид.]. — К. Центр учбової літератури, 2009. — 628 с.

Багатотомний документ

1. Межгосударственные стандарты : каталог : в 6 т. / [сост. Ковалева И. В., Рубцова Е. Ю. ; ред. Иванов В. Л.]. — Львов : НТЦ "Леонорм-Стандарт" , 2005 — . — (Серия "Нормативная база предприятия"). Т. 1. — 2005. — 277 с.

Матеріали конференцій, з'їздів

1. Ризикологія в економіці та підприємстві: зб. наук. праць за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф., 27—28 берез. 2001 р. / М-во освіти і науки України, Держ податк. адмін. України [та ін.]. — К.: КНЕУ : Акад. ДПС України, 2001. — 452 с.

Стандарти

1. Графічні символи, що їх використовують на устаткуванні. Показчик та огляд (ISO 7000:2004, IDT) : ДСТУ ISO 7000:2004. — [Чинний від 2006—01—01] . — К. : Держспоживстандарт України, 2006. — IV, 231 с. — (Національний стандарт України).

2. Якість води. Словник термінів: ДСТУ ISO 6107-1:2004 — ДСТУ ISO 6107-9:2004. — [Чинний від 2005—04—01]. — К.: Держспоживстандарт України, 2006. — 181 с.— (Національні стандарти України).

3. Вимоги щодо безпечності контрольно-вимірювального та лабораторного електричного устаткування. Частина 2-020. Додаткові вимоги до лабораторних центрифуг (EN 61010-2-020:1994, IDT) : ДСТУ EN 61010-2-020:2005. — [Чинний від 2007—01—01]. — К.: Держспоживстандарт України, 2007. — IV, 18 с.— (Національний стандарт України).

Електронні ресурси

1. Девелоперський проект [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.develop.com.ua/>. – Назва з екрана.

2. Живая энциклопедия розничной торговли. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.roznitsa.com](http://www.roznitsa.com). – Назва з екрана.

Складаючи опис статей із газет і журналів наводять такі основні елементи: прізвище і ініціали автора, заголовок статті, назва газети чи журналу, рік видання, номер та сторінки, на яких вміщена стаття. Якщо стаття має багато авторів, вказують прізвища та ініціали перших трьох і додаються слова “та ін.”.

Приклад:

Романова Л.В. Феномен підприємництва // Економіка АПК. – 2000. – №2. – С.30-36.

Назва місць видання приводиться повністю, дозволяється скорочення тільки трьох міст: Київ (К.), Москва (М.) або Санкт-Петербург (СПб.).

2.2.6. Додатки.

Додатки оформляють як продовження курсової роботи. Кожний додаток має починатись з нової сторінки.

Додатки потрібно розміщувати у порядку появи посилань на них у тексті. Додатки позначають посередині рядка прописними літерами (А, Б, В...). Наприклад, “Додаток А”. Нижче, симетрично тексту, друкується заголовок додатка малими літерами з першої великої. Коли літер алфавіту не вистачає для нумерації додатків (згідно з вимогами стандарту літери Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь не використовуються), пропонується використовувати загальноприйнятну систему: за додатком Я слідує додатки АА, АБ, АВ і т.д. Додатки повинні мати спільну з рештою роботи наскрізну нумерації сторінок.

Якщо додаток являє собою документ, який має самостійне значення і оформляється згідно з вимогами до документів даного виду, а перед його копією вкладають аркуш, на якому посередині друкують “ДОДАТОК” – та його найменування. Сторінки копії документа нумерують, продовжуючи наскрізну нумерацію сторінок роботи, незважаючи на власну нумерацію сторінок документа.

Курсова робота має бути підшита і розміщена в папку.

3. Захист курсової роботи

У відповідності з затвердженим завідувачем кафедри календарним графіком виконання курсової роботи студенти періодично звітують про хід її виконання перед науковим керівником роботи. Керівник доповідає завідувачу кафедри про ступінь готовності курсової роботи та студента до захисту.

У випадку невиконання розділів курсової роботи у встановлений термін студент запрошується на засідання кафедри для встановлення причин невиконання роботи і розробки коригуючих заходів з кінцевим терміном виконання з відповідним фіксуванням в протоколі засідання кафедри. По закінченню терміну виконання коригуючих заходів студент звітує про їх виконання. У випадку невиконання коригуючих заходів студентом у встановлений термін, кафедра виходить з клопотанням до декану факультету про відрахування студента як нездатного виконати вимоги навчального плану за фахом.

Виконана курсова робота, підписана студентом, здається на рецензування керівникові, про що робиться запис у кафедральній книзі реєстрації курсових робіт. Перевірка курсової роботи керівником може здійснюватись протягом 7 днів. Після перевірки курсової роботи

науковий керівник складає письмову рецензію.

Рецензія керівника має характеризувати актуальність теми, відповідність змісту курсової роботи затвердженому плану, повноту розкриття основних питань, самостійність та якість виконання, теоретичну та практичну значимість.

Якщо курсова робота відповідає вимогам, що ставляться перед нею, вона допускається до захисту, про що викладач робить відповідний запис в рецензії та на титульному листку. Після рецензування робота повертається на кафедру, реєструється і видається студенту під розпис для ознайомлення із зауваженнями та підготовки до захисту.

У випадку негативної рецензії керівника курсова робота із значними зауваженнями і недоліками, зафіксованими письмово, повертається студенту на доопрацювання у визначений керівником у рецензії термін, про що робиться запис у кафедральній книзі реєстрації курсових робіт.

Відповідно до зауважень рецензента студент вносить в курсову роботу необхідні виправлення та доповнення, які виконуються на окремих сторінках без порушення попереднього змісту з обов'язковою нумерацією (наприклад, доповнення до розділу 1..., сторінка 1, 2, 3 і т. д.). Доповнення та матеріали доопрацювання підшиваються в кінці роботи. Доповнення мають дискусійний характер за умови відстоювання студентом особистої обґрунтованої позиції щодо розуміння сутності даної проблеми.

До повторного представлення курсової роботи на кафедру студент повинен врахувати всі зауваження керівника по тексту та в рецензії, усунути недоліки і разом з першим варіантом роботи та попередньою рецензією подати на повторне рецензування. Всі зауваження керівника по тексту, а також рецензію необхідно зберегти. Не допускається заміна окремих листків і розділів роботи.

Оцінювання самостійності та якості курсової роботи проводиться на підставі публічного захисту перед комісією у складі не менше двох викладачів кафедри, які призначаються завідувачем кафедри, у тому числі керівника курсової роботи.

Під час захисту студент робить коротку доповідь (до 10 хвилин), у якій викладає мету, зміст і основні результати виконаної курсової роботи. Після доповіді студент відповідає на запитання членів комісії із захисту курсових робіт в контексті теми роботи, що мають за мету виявити глибину знань та ступінь самостійності виконання студентом даної роботи.

Якість виконання курсової роботи та результати її захисту оцінюються колегіально за чотирибальною шкалою (“відмінно”, “добре”, “задовільно”, “незадовільно”). За модульно-рейтинговою системою оцінювання знань за виконання курсової роботи нараховується кількість балів, що затверджена кафедрою, у залежності від повноти висвітлення питань та відповідності курсової роботи

вимогам. Кінцева оцінка заноситься у залікову книжку та залікову відомість.

Якщо студент не виконав курсову роботу у встановлений термін або не захистив без поважної причини, чи отримав незадовільну оцінку під час захисту – вважається, що він має академічну заборгованість і не допускається до іспитів. За рішенням кафедри студенту дозволяється вибрати нову тему курсової роботи або доопрацювати попередній варіант і визначається новий термін її виконання.

Після захисту курсові роботи здаються на кафедру відповідальній особі, призначеній завідувачем кафедри, де вони зберігаються один рік. Після цього курсові роботи списуються по акту і знищуються.

4. ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ З “ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА”

4.1. Рекомендована тематика робіт за програмою професійного спрямування “Торговельне підприємництво”

1. Роль торговельного підприємництва в розвитку держави (за матеріалами Держкомстату України).

2. Вплив держави на розвиток підприємництва (за матеріалами регіону).

3. Основні тенденції розвитку малого торговельного підприємництва в Україні (за матеріалами Держкомстату України).

4. Розвиток організаційно-правових форм торговельного підприємництва (за матеріалами фізичної особи-підприємця, приватного підприємства, господарського товариства).

5. Етапи розвитку бізнес-ідеї в торговельному підприємстві (за матеріалами роздрібного торговельного підприємства).

6. Функціонування дозвільної системи в торговельному підприємстві (за матеріалами торговельного підприємства).

7. Організація торговельного підприємництва в роздрібній торгівлі продовольчими товарами (за матеріалами малого торговельного підприємства).

8. Організація торговельно-посередницького підприємництва в оптовій торгівлі (за матеріалами малого торговельного підприємства).

9. Торговельне підприємництво в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами (за матеріалами малого торговельного підприємства).

10. Організація торговельного підприємництва фізичної особи-

підприємця (за матеріалами фізичної особи - підприємця).

11. Стан та перспективи розвитку комерційного посередництва в Україні (за матеріалами Держкомстату України).

12. Комерційна діяльність роздрібного підприємства (за матеріалами магазину, фізичної особи – підприємця).

13. Планування торговельної діяльності малого підприємства (за матеріалами магазину з торгівлі непродовольчими товарами).

14. Організація торговельної діяльності малого підприємства (за матеріалами малого підприємства).

15. Розробка бізнес-плану організації малого підприємства торгівлі: методика та розрахунок проекту (за матеріалами малого підприємства).

16. Економічне обґрунтування доцільності створення торговельного підприємства (за матеріалами фізичної особи - підприємця, приватного підприємства, господарського товариства).

17. Організація підприємницької діяльності на торговельному підприємстві (за матеріалами магазину).

18. Використання концепції маркетингу в торговельному підприємстві (за матеріалами магазину).

19. Суб'єкти підприємницької діяльності на оптовому ринку товарів і послуг (за матеріалами регіону).

20. Організаційно-правове забезпечення взаємодії суб'єктів торговельного підприємництва (за матеріалами оптових, роздрібних підприємств різних організаційно-правових форм підприємництва).

21. Організація господарських зв'язків в торгівлі, їх правове регулювання (за матеріалами магазину).

22. Підприємство як головна структурна ланка підприємницької діяльності (за матеріалами торговельного підприємства).

23. Мале підприємство: організація і проблеми становлення (за матеріалами оптового, роздрібного торговельного підприємства)

24. Міжнародна торгівля та особливості її розвитку в сучасних умовах (за матеріалами Держкомстату України).

25. Стан та перспективи розвитку оптового ринку регіону (за матеріалами регіону, області, України).

26. Шляхи впровадження науково-технічного прогресу в оптовій торгівлі (за матеріалами оптового торговельного підприємства).

27. Організація торговельно-посередницької діяльності в регіоні (за матеріалами області, регіону, України).

28. Матеріально-технічна база споживчої кооперації (за матеріалами споживчого товариства, РСС, РПС, ОПС)

29. Проблеми організації оптової торгівлі споживчої кооперації (за матеріалами Укоопспілки, облспоживспілок).

30. Складське господарство та шляхи підвищення його використання (за матеріалами оптового підприємства).

31. Матеріально-технічна база оптових підприємств та шляхи її вдосконалення (за матеріалами оптового торговельного підприємства).

32. Організаційно-господарська діяльність оптової бази (за матеріалами оптової бази).

33. Торговельно-технологічні процеси на оптових підприємствах та шляхи їх удосконалення (за матеріалами оптового торговельного підприємства).

34. Організація зберігання товарів на товарному складі та шляхи її вдосконалення (за матеріалами оптового торговельного підприємства).

35. Організація постачання роздрібною торговельною мережею товарами (за матеріалами торговельного підприємства).

36. Організація централізованого завезення товарів в роздрібну торговельну мережу (за матеріалами оптового торговельного підприємства, дрібнооптового підприємства, cash&carry).

37. Транспортно-експедиційне обслуговування підприємств торгівлі (за матеріалами торговельного, транспортно-експедиційного підприємства).

38. Реклама та інформація в діяльності оптових торговельних підприємств (за матеріалами оптового торговельного підприємства).

39. Організація тарного господарства на підприємстві (за матеріалами сільськогосподарського, виробничого, торговельного, транспортного підприємства тощо).

40. Організація дрібнооптового продажу товарів (за матеріалами дрібнооптового підприємства, cash&carry).

41. Організація роздрібною торгівлі та перспективи її розвитку (за матеріалами області, регіону, України).

42. Шляхи впровадження науково-технічного прогресу в роздрібній торгівлі (за матеріалами роздрібною торговельного підприємства).

43. Формування товарних ресурсів в роздрібній торгівлі (за матеріалами роздрібною торговельного підприємства).

44. Формування товарних ресурсів роздрібною торгівлі споживчої кооперації (за матеріалами Укоопспілки, облспоживспілок).

45. Удосконалення товарозабезпечення роздрібною торгівлі (за матеріалами роздрібною торговельного підприємства).

46. Удосконалення товарозабезпечення роздрібною торгівлі споживчої

кооперації (за матеріалами Укоопспілки, облспоживспілок).

47. Організація торгівлі на ринках (за матеріалами ринків району, міста, регіону).

48. Формування системи обслуговування в торгівлі на ринках (за матеріалами ринків району, міста, регіону).

49. Організація торговельно-закупівельної діяльності підприємства (за матеріалами торговельного, виробничого, сільськогосподарського підприємства тощо).

50. Біржова торгівля як форма організації оптового ринку (за матеріалами вітчизняних бірж).

51. Організація ярмаркової торгівлі (за матеріалами постійно діючих, періодичних ярмарків).

52. Організація закупівлі товарів на оптових ярмарках (за матеріалами торговельного підприємства).

53. Організація фірмової торгівлі (за матеріалами фірмових магазинів, мереж товаровиробників).

54. Організація системи торговельного обслуговування покупців в роздрібній торгівлі (за матеріалами окремого підприємства, торговельної мережі).

55. Удосконалення торговельного обслуговування населення в роздрібній торгівлі (за матеріалами торговельного підприємства).

56. Організація надання послуг у роздрібній торгівлі (за матеріалами регіону, області, району, міста).

57. Розвиток послуг роздрібною торгівлі за сучасних умов (за матеріалами області, регіону, України, торговельних підприємств).

58. Створення та надання системи послуг у підприємствах торгівлі (за матеріалами магазину, торговельної мережі).

59. Розвиток послуг, пов'язаних з реалізацією товарів в роздрібній торгівлі (за матеріалами торговельного підприємства).

60. Організація комісійної торгівлі непродовольчими товарами (за матеріалами магазину).

61. Організація продажу товарів у дрібнороздрібній торговельній мережі (за матеріалами України, області, району, міста).

62. Побудова, розташування та розвиток роздрібною торговельною мережі (за матеріалами облспоживспілки, райспоживспілки, регіону, області).

63. Регулювання розвитку та розміщення роздрібною торговельною мережі міста (району, області, регіону, України).

64. Сучасні підходи до місця розміщення торговельного об'єкту (за

матеріалами торговельного підприємства).

65. Організація рекламно-інформаційної діяльності в роздрібній торгівлі та її ефективність (за матеріалами роздрібногo торговельного підприємства, організації).

66. Формування рекламно-інформаційного простору сучасних підприємств роздрібної торгівлі (за матеріалами роздрібногo торговельного підприємства).

67. Організація інформації та реклами в магазині (за матеріалами магазину).

68. Торговельна діяльність споживчого товариства (за матеріалами облспоживспілки, райспоживспілки).

69. Організація кооперативної торгівлі (за матеріалами облспоживспілки, райспоживспілки).

70. Особливості організації торгівлі в торговельних центрах (за матеріалами торговельного центру).

71. Організація торгівлі в корпоративних роздрібних торговельних мережах (за матеріалами вітчизняних торговельних мереж).

72. Організація роздрібногo торгівлі продовольчими товарами (за матеріалами магазину, торговельної мережі).

73. Організація роздрібногo торгівлі непродовольчими товарами (за матеріалами магазину, торговельної мережі).

74. Удосконалення роздрібногo торгівлі непродовольчими товарами в магазині (торговельній мережі) (за матеріалами роздрібногo торговельного підприємства).

75. Удосконалення процесу продажу товарів в магазинах (за матеріалами роздрібногo торговельного підприємства).

76. Прогресивні методи продажу товарів та їх ефективність (за матеріалами магазину, торговельної мережі).

77. Організація торгівлі в супермаркетах.

78. Організація вивчення споживчого попиту в магазині (за матеріалами роздрібногo торговельного підприємства).

79. Організація праці в магазині (за матеріалами роздрібногo торговельного підприємства).

80. Проблеми становлення та розвитку електронної торгівлі (за матеріалами Internet-магазину).

81. Стратегічні аспекти франчайзингу в роздрібній торгівлі (за матеріалами реалізації певної товарної групи).

82. Франчайзинг як форми організації господарської діяльності (за матеріалами франчайзі).

4.2. Зразки планів курсових робіт

Тема 1. Роль торговельного підприємництва в розвитку держави (за матеріалами Держкомстату України).

Вступ

1. Значення підприємництва для соціально-економічного розвитку держави.

2. Підвищення долі торгівлі у валовому національному продукті України.

3. Показники малого торговельного підприємництва в малому бізнесі України.

4. Роль торговельного підприємництва в зайнятості населення України.

5. Регіональні особливості розвитку торговельного підприємництва.

Висновки та пропозиції

Тема 2. Вплив держави на розвиток підприємництва (за матеріалами регіону).

Вступ

1. Сутність державної регуляторної політики в сфері підприємництва.

2. Загальні тенденції розвитку підприємництва в регіоні.

3. Регіональна програма підтримки малого підприємництва.

4. Тенденції розвитку бізнес-інкубаторів та технопарків в Україні.

Висновки та пропозиції

Тема 3. Основні тенденції розвитку малого торговельного підприємництва в Україні (за матеріалами Держкомстату України).

Вступ

1. Українські реалії розвитку малого торговельного підприємництва

2. Місце малого підприємництва в розвитку торгівлі України.

3. Аналіз основних організаційно-правових форм торговельного підприємництва.

4. Тенденції розвитку конкуренції в сфері торгівлі.

5. Шляхи поліпшення соціально-економічного клімату для розвитку торговельного підприємництва.

Висновки та пропозиції

Тема 4. Розвиток організаційно-правових форм торговельного підприємництва (за матеріалами фізичної особи-підприємця, приватного підприємства, господарського товариства).

Вступ

1. Критерії вибору організаційно-правових форм підприємництва.
2. Порівняльний аналіз організаційно-правових форм підприємництва.
3. Економіко-організаційна характеристика суб'єкта підприємницької діяльності.
 - 3.1. Історія започаткування торговельного бізнесу.
 - 3.2. Основні економічні показники діяльності суб'єкта підприємницької діяльності.
 - 3.3. Документи, що регламентують діяльність суб'єкта підприємницької діяльності.
4. Механізми вдосконалення використання організаційно-правових форм в торговельному підприємстві.

Висновки та пропозиції

Тема 5. Етапи розвитку бізнес-ідеї в торговельному підприємстві (за матеріалами роздрібного торговельного підприємства).

Вступ

1. Основні фактори вибору сфери торгівлі для підприємницької діяльності.
2. Технологія започаткування власної справи.
 - 2.1. Критерії вибору роздрібної торгівлі для започаткування бізнесу.
 - 2.2. Обґрунтування формату магазину.
 - 2.3. Вибір місця розташування роздрібного торговельного підприємства.
 - 2.4. Технологія реєстрації роздрібного торговельного підприємства.
 - 2.5. Отримання дозвільної документації для організації роздрібної торгівлі.
3. Можливості і перспективи розвитку торговельного підприємства.

Висновки та пропозиції

Тема 6. Функціонування дозвільної системи в торговельному підприємстві (за матеріалами торговельного підприємства).

Вступ

1. Сутність та значення дозвільної системи держави.
2. Економіко-організаційна характеристика торговельного підприємства.
3. Дозвільні документи торговельного підприємства.
 - 3.1. Дозвіл на розміщення об'єкта торгівлі.
 - 3.2. Ліцензії на торгівлю певними групами товарів.
 - 3.3. Торговельний патент.
 - 3.4. Дозволи від органів державного нагляду за охороною праці, державного пожежного нагляду, державної санітарно-епідеміологічної служби
4. Шляхи вдосконалення дозвільної системи держави.
Висновки та пропозиції

Тема 7. Організація торговельного підприємництва в роздрібній торгівлі продовольчими товарами (за матеріалами малого торговельного підприємства)

Вступ

1. Місце торговельного підприємництва в ринковій економіці
2. Обґрунтування вибору організаційної форми підприємництва, реєстрація торговельного підприємства.
3. Формування персоналу і кадрова робота на підприємстві роздрібно торгівлі.
4. Організація торговельної діяльності на підприємстві:
 - 4.1. Комерційна робота з постачальниками.
 - 4.2. Управління товарними запасами.
 - 4.3. Торгово-технологічний процес з продажу продовольчих товарів.
5. Фінансування підприємницької діяльності, економічно-фінансові показники малого підприємства.
Висновки та пропозиції

Тема 8. Організація торговельно-посередницького підприємництва в оптовій торгівлі (за матеріалами малого торговельного підприємства)

Вступ

1. Місце оптової торгівлі в процесі просування товарів до споживачів.
2. Обґрунтування вибору організаційної форми підприємництва, реєстрація торговельного підприємства.
3. Формування персоналу і кадрова робота на підприємстві оптової

торгівлі.

4. Організація торговельно-посередницької діяльності на підприємстві:

4.1. Формування господарських зв'язків на підприємстві.

4.2. Проведення комерційних переговорів і укладання комерційних договорів.

4.3. Торгово-технологічне забезпечення виконання договорів.

5. Ефективність торговельно-посередницької діяльності.

Висновки та пропозиції

Тема 9. Торговельне підприємництво в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами (за матеріалами малого торговельного підприємства)

Вступ

1. Торгівля – важлива галузь економіки країни.

2. Реєстрація торговельного підприємництва.

3. Обґрунтування вибору місця розташування підприємства торгівлі.

4. Організація комерційної діяльності на малому підприємстві торгівлі.

5. Особливості торгівлі _____ товарами в магазині.

6. Фінансові результати від торговельної діяльності.

Висновки та пропозиції

Тема 10. Організація торговельного підприємництва фізичної особи-підприємця (за матеріалами діяльності фізичної особи-підприємця)

Вступ

1. Особливості ведення бізнесу без реєстрації юридичної особи.

2. Започаткування власної справи в галузі торгівлі _____

товарами:

- обґрунтування вибору форми та видів підприємницької діяльності;

- порядок реєстрації підприємця-фізичної особи;

- формування стартового капіталу: джерела надходження та канали витрачання.

3. Особливості маркетингового підходу в підприємницькій діяльності.

4. Організація менеджменту приватного підприємця.

5. Порівняльна характеристика ефективності проведення торговельних операцій у підприємця-фізичної особи та юридичної особи.

Висновки та пропозиції

Тема 11. Стан та перспективи розвитку комерційного посередництва в Україні (за матеріалами Держкомстату).

Вступ

1. Місце і значення комерційного посередництва в ринковій економіці.

2. Сутність комерційно-посередницької діяльності:

2.1. Торгівельне посередництво як особливий вид підприємницької діяльності на ринку товарів та послуг.

2.2. Основні принципи посередницької діяльності.

2.3. Функції комерційних посередників.

2.4. Посередницькі операції: об'єкти і суб'єкти посередницьких операцій.

3. Проблеми становлення та розвитку комерційно-посередницької діяльності в Україні.

Висновки та пропозиції

Тема 12. Комерційна діяльність роздрібного підприємства (за матеріалами магазину, фізичної особи – підприємця).

Вступ

1. Переваги організаційно-правової форми підприємець - фізична особа.

2. Особливості використання маркетингу в комерційній діяльності.

3. Вивчення попиту на товари.

4. Інформаційне забезпечення комерційної діяльності.

5. Формування асортиментної політики.

6. Вибір джерел закупівлі товарів, критерії вибору постачальників

7. Управління товарними запасами.

8. Методи просування товарів: використання в малому підприємстві, їх ефективність.

Висновки та пропозиції

Тема 13. Планування торговельної діяльності малого підприємства (за матеріалами магазину з торгівлі непродовольчими товарами).

Вступ

1. Маркетингові засади планування торговельної діяльності
 2. Етапи планування торговельної діяльності в магазині
 3. Аналіз торговельної діяльності за попередній період
 4. Комплексний аналіз і прогноз цільових ринків непродовольчих товарів
 5. Визначення задач і цілей торговельної діяльності малого підприємства
 6. Розробка торговельної стратегії використання підприємства.
 7. Контроль виконання плану торговельної діяльності підприємства
- Висновки та пропозиції

Тема 14. Організація торговельної діяльності малого підприємства (за матеріалами малого підприємства).

Вступ

1. Роль малого підприємництва в розвитку торговельної сфери в країні.
 2. Організаційна структура управління торговельною діяльністю малого підприємства.
 3. Організаційно-економічна характеристика торговельної діяльності малого підприємства.
 4. Удосконалення товарного асортименту як складова торговельної діяльності.
 5. Організація торгово-технологічного процесу в магазині.
- Висновки та пропозиції

Тема 15. Розробка бізнес-плану організації малого підприємства торгівлі: методика та розрахунок проекту (за матеріалами малого підприємства).

Вступ

1. Особливості розробки бізнес-планів для торговельної діяльності.
2. Методика і етапи складання бізнес-плану торгового підприємства.
3. Розробка проекту створення торговельного підприємства:
 - 3.1. Резюме.
 - 3.2. Обґрунтування вибору місцезнаходження підприємства.
 - 3.3. План маркетингу.
 - 3.4. Торговельний план.
 - 3.5. Організаційний план.
 - 3.6. Фінансовий план.

3.7. Страхування ризиків.

Висновки та пропозиції

Тема 16. Економічне обґрунтування доцільності створення торговельного підприємства (за матеріалами фізичної особи-підприємця, приватного підприємства, господарського товариства).

Вступ

1. Організаційно-правові форми ведення бізнесу в Україні.
2. Підготовка установчих та дозвільних документів
3. Формування статутного капіталу торговельного підприємства.
4. Визначення чисельності працюючих на торговельному підприємстві.
5. Визначення обсягів витрат для організації торгівлі.
6. Визначення мінімальних обсягів продажу.
7. Економічні показники обґрунтування доцільності створення підприємства.

Висновки та пропозиції

Тема 17. Організація підприємницької діяльності на торговельному підприємстві (за матеріалами магазину).

Вступ

1. Сутність торговельного підприємництва.
 2. Загальна характеристика магазину.
 - 2.1. Історія створення торговельного підприємства.
 - 2.2. Організаційно-правова форма торговельного підприємства.
 - 2.3. Тип магазину, його характеристика.
 3. Структура управління торговим підприємством.
 4. Матеріально-технічна база торговельного підприємства.
 5. Асортиментна політика і управління товарними запасами.
 6. Зміст технологічного процесу в магазині і принципи його організації.
 7. Економічні і фінансові показники діяльності магазину.
- Висновки та пропозиції

Тема 18. Використання концепції маркетингу в торговельному підприємстві (за матеріалами магазину).

Вступ

1. Концепція маркетингу роздрібного підприємства.
2. Дослідження споживчого попиту торговельним підприємством.
3. Формування стратегії маркетингу торговельного підприємства.

4. Маркетинг-мікс торговельного підприємства
 - 4.1. Місце розташування магазину.
 - 4.2. Асортиментна політика.
 - 4.3. Цінова політика.
 - 4.4. Стимулювання попиту і реклама.
 5. Ревізія і контроль маркетингових заходів.
- Висновки та пропозиції

Тема 19. Суб'єкти підприємницької діяльності на оптовому ринку товарів і послуг (за матеріалами регіону)

Вступ

1. Оптове підприємство як суб'єкт комерційної діяльності.
2. Коротка економічна характеристика та стан матеріально-технічної бази оптової торгівлі в регіоні.
3. Трансформація структури оптової торгівлі регіону.
4. Проблеми вдосконалення комерційної діяльності підприємств оптової торгівлі.

Висновки та пропозиції

Тема 20. Організаційно-правове забезпечення взаємодії суб'єктів торговельного підприємництва (за матеріалами оптових, роздрібних підприємств різних організаційно-правових форм підприємництва)

Вступ

1. Організаційно-правове регулювання комерційної діяльності суб'єктів ринку на сучасному етапі розвитку економіки України.
2. Коротка економічна характеристика діяльності підприємства.
3. Правове забезпечення комерційних операцій з організації постачання.
4. Правова основа організації просування та збуту, товарів.
5. Проблеми вдосконалення організаційно-правового забезпечення взаємодії суб'єктів комерційної діяльності.

Висновки та пропозиції

Тема 21. Організація господарських зв'язків в торгівлі, їх правове регулювання (за матеріалами магазину)

Вступ

1. Суть, значення господарських зв'язків.
2. Стисла економічно-організаційна характеристика магазину

«.....»

3. Види та класифікація господарських зв'язків.

4. Види господарських договорів, їх загальні положення.

4.1. Договір поставки

4.2. Договір купівлі-продажу

4.3. Договір комісії

5. Організаційно-правове регулювання господарських зв'язків у торгівлі.

Висновки та пропозиції

Тема 22. Підприємство як головна структурна ланка підприємницької діяльності (за матеріалами торговельного підприємства)

Вступ.

1. Сутність та основні ознаки підприємства (фірми).

2. Класифікація підприємств.

3. Соціально-економічні цілі підприємства.

4. Особливості функціонування підприємства в умовах ринкової економіки.

5. Банкрутство.

6. Основні показники і шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства.

Висновки та пропозиції

Тема 23. Мале підприємництво: організація і проблеми становлення (за матеріалами оптового, роздрібного торговельного підприємства)

Вступ

1. Мале підприємництво в народногосподарському комплексі України.

2. Державна підтримка розвитку малого підприємництва.

3. Проблеми і шляхи розвитку малого підприємництва.

Висновки та пропозиції

Тема 24. Міжнародна торгівля та особливості її розвитку в сучасних умовах (за матеріалами Держкомстату України)

Вступ

1. Міжнародна торгівля та особливості її розвитку в сучасних умовах.

2. Закономірності розвитку міжнародної торгівлі.
 3. Торговля послугами на світовому ринку.
 4. Інтеграція України у світове господарство через торгівлю товарами та послугами.
 - 4.1. Україна у міжнародній торгівлі товарами в умовах глобалізації.
 - 4.2. Місце України у світовій торгівлі послугами.
 - 4.3. Інтеграція у світове господарство.
- Висновки та пропозиції

Тема 25. Стан та перспективи розвитку оптового ринку регіону (за матеріалами регіону, області, України).

Вступ.

1. Поняття оптового ринку, його роль та значенні в сфері товарного обігу.
 2. Загальна характеристика інфраструктури оптового ринку регіону.
 3. Основні елементи оптового ринку товарів та послуг.
 4. Основні тенденції, що характеризують розвиток оптового ринку регіону.
 5. Перспективи подальшого розвитку оптового ринку.
- Висновки та пропозиції.

Тема 26. Шляхи впровадження науково-технічного прогресу в оптовій торгівлі (за матеріалами оптового торговельного підприємства).

Вступ.

1. Вплив науково-технічного процесу на розвиток оптової торгівлі.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.
 3. Вимоги до сучасних складів та їх розміщення.
 4. Автоматизоване управління складськими операціями.
 5. Перспективні напрямки науково-технічного прогресу в оптовій торгівлі.
- Висновки і пропозиції.

Тема 27. Організація торговельно-посередницької діяльності в регіоні (за матеріалами області, регіону, України)

Вступ.

1. Торговельне посередництво як особливий вид підприємницької

діяльності на ринку товарів та послуг.

2. Принципи, на основі яких здійснюють свою діяльність посередники.

3. Функції торговельних посередників.

4. Посередницькі операції, об'єкти і суб'єкти посередницьких операцій.

5. Проблеми становлення та розвитку торговельно-посередницької діяльності в Україні.

Висновки і пропозиції.

Тема 28. Матеріально-технічна база споживчої кооперації (за матеріалами споживчого товариства)

1. Тенденції розвитку господарської діяльності організацій споживчої кооперації.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності споживчого товариства.

3. Сучасний стан матеріально-технічної бази споживчого товариства.

4. Напрями удосконалення матеріально-технічної бази споживчого товариства.

Висновки та пропозиції.

Тема 29. Проблеми організації оптової торгівлі споживчої кооперації (за матеріалами Укоопспілки, облспоживспілок).

Вступ.

1. Сучасний стан та проблеми організації оптової торгівлі споживчої кооперації:

2. Характеристика оптової торгівлі об'єкта дослідження.

3. Трансформація змісту та функцій оптових кооперативних підприємств за сучасних умов.

4. Організація закупівель та продажу товарів в оптовій торгівлі споживчої кооперації.

5. Шляхи перебудови та підвищення ефективності діяльності оптової торгівлі.

Висновки та пропозиції.

Тема 30. Складське господарство та шляхи підвищення його використання (за матеріалами оптового підприємства).

Вступ.

1. Роль і функції складів в торгівлі.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.
 3. Характеристика складського господарства.
 - 3.1. Кількість, типи, площа і об'єм складської мережі.
 - 3.2. Обґрунтування та вибір місця розташування складів.
 - 3.3. Планування та обладнання складів.
 - 3.4. Механізація трудомістких робіт.
 4. Структура апарату управління бази.
 5. Шляхи підвищення ефективності використання складів.
- Висновки та пропозиції.

Тема 31. Матеріально-технічна база оптових підприємств та шляхи її вдосконалення (за матеріалами оптового торговельного підприємства).

Вступ.

1. Роль матеріально-технічної бази в розвитку оптової торгівлі.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.
 3. Стан складського господарства бази, облаштування та планування складів.
 4. Механізація вантажно-розвантажувальних робіт, складське технологічне обладнання.
 5. Основні шляхи подальшого розвитку і вдосконалення складського господарства оптової торгівлі.
- Висновки та пропозиції.

Тема 32. Організаційно-господарська діяльність оптової бази (за матеріалами оптової бази).

Вступ.

1. Роль оптових баз в інфраструктурі товарного ринку.
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності оптової бази.
3. Облаштування і планування приміщень складів бази.
4. Технологія виконання складських операцій на базі.
 - 4.1. Приймання, зберігання і облік товарних запасів.
 - 4.2. Транспортно-експедиційні операції на складах.
5. Напрями удосконалення організаційно-господарської діяльності оптової бази.

Висновки та пропозиції.

Тема 33. Торговельно-технологічні процеси на оптових підприємствах та шляхи їх удосконалення (за матеріалами оптового торговельного підприємства).

Вступ.

1. Види оптових підприємств, їх класифікація та функції.
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності оптового підприємства..
3. Структурна побудова оптового торговельного підприємства. Роль структурних підрозділів в організації торгово-технологічних процесів.
4. Торгово-технологічні процеси, що виконуються на оптовому підприємстві, їх зміст та послідовність виконання.
5. Шляхи вдосконалення торгово-технологічних процесів на оптових підприємствах.

Висновки та пропозиції.

Тема 34. Організація зберігання товарів на товарному складі та шляхи її вдосконалення (за матеріалами оптового торговельного підприємства).

Вступ.

1. Зберігання товарів як основна функція товарного складу.
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.
3. Комплектування товарного складу обладнанням для зберігання товарів.
4. Організація підсортування, складування та зберігання товарів на товарному складі.
5. Організація управління зберіганням товарів на товарному складі.
6. Шляхи вдосконалення зберігання товарів на товарному складі.

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Тема 35. Організація постачання роздрібною торговельною мережі товарами (за матеріалами торговельного підприємства).

Вступ.

1. Суть, зміст та основні вимоги до організації товаропостачання.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.
3. Джерела товаропостачання та їх вибір.
4. Порядок завезення товарів в роздрібну торговельну мережу.
 - 4.1. Визначення потреби в товарах, точки замовлення.
 - 4.2. Порядок оформлення замовлення.
 - 4.3. Організація доставки товарів в роздрібну торговельну мережу.
 - 4.4. Графіки і маршрути завезення товарів, порядок їх складання і затвердження.
5. Напрями удосконалення організації товаропостачання.
Висновки та пропозиції.

Тема 36. Організація централізованого завезення товарів в роздрібну торговельну мережу (за матеріалами оптового торговельного підприємства, дрібнооптового підприємства, cash&carry).

Вступ.

1. Суть і зміст централізованого методу товаропостачання.
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.
3. Характеристика роздрібно-торговельної мережі зони діяльності підприємства.
4. Маршрути і графіки централізованої доставки товарів в магазини.
5. Організація централізованого завезення товарів в роздрібну торговельну мережу. Основні напрями вдосконалення технологічних процесів при централізованій доставці товарів.
Висновки та пропозиції.

Тема 37. Транспортно-експедиційне обслуговування підприємств торгівлі (за матеріалами торговельного, транспортно-експедиційного підприємства).

Вступ.

1. Роль, значення та сутність транспортно-експедиційного обслуговування.
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.
3. Транспортні засоби та їх вибір для забезпечення транспортно-експедиційних операцій.

4. Тарифи на транспортно-експедиційні послуги автомобільного транспорту та їх застосування в практиці перевезень.

5. Шляхи підвищення прибутковості роботи автотранспорту.
Висновки та пропозиції.

Тема 38. Реклама та інформація в діяльності оптових торговельних підприємств (за матеріалами оптового торговельного підприємства).

Вступ.

1. Сутність і завдання реклами та інформації в діяльності торговельних підприємств за сучасних умов.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.

3. Організація рекламної та інформаційної роботи на підприємстві (рекламна служба, планування реклами, систематичність, дієвість реклами).

4. Аналіз засобів реклами та інформації, які використовуються оптовим торговельним підприємством.

5. Напрями вдосконалення та ефективність використання засобів реклами та інформації на оптовому підприємстві.

Висновки та пропозиції.

Тема 39. Організація тарного господарства на підприємстві (за матеріалами сільськогосподарського, виробничого, торговельного, транспортного підприємства тощо).

Вступ

1. Роль тари в організації перевезень та зберігання товарів.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика підприємства.

3. Аналіз стану тарного господарства підприємства.

4. Організація приймання, зберігання та повернення тари.

Порядок розрахунків за тару.

5. Витрати по тарі та шляхи їх зниження.

Висновки та пропозиції.

Тема 40. Організація дрібнооптового продажу товарів (за матеріалами дрібнооптового підприємства, cash&carry).

Вступ.

1. Становлення, розвиток та особливості організації

дрібнооптового продажу товарів.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.

3. Постачальники товарів, їх характеристика та організація договірних зв'язків з ними.

4. Організація дрібнооптового продажу товарів у магазинах-складах.

5. Напрями удосконалення організації дрібнооптової торгівлі.

Висновки та пропозиції.

Тема 41. Організація роздрібної торгівлі та перспективи її розвитку (за матеріалами області, регіону, України).

Вступ.

1. Місце і функції роздрібної торгівлі у сфері товарного обігу.

2. Аналіз розвитку роздрібної торгівлі (області, регіону, України).

3. Організаційно-правові форми роздрібних торговців на споживчому ринку.

4. Розвиток конкуренції в роздрібному торговельному середовищі.

5. Перспективи та подальші напрями розвитку роздрібної торгівлі.

Висновки та пропозиції.

Тема 42. Шляхи впровадження науково-технічного прогресу в роздрібній торгівлі (за матеріалами роздрібного торговельного підприємства).

Вступ.

1. Вплив науково-технічного процесу на розвиток роздрібної торгівлі.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.

3. Впровадження в торгівлю сучасних технічних засобів та їх ефективність (штрих-кодування, сканування, POS-термінали та ін.).

4. Особливості використання технічних засобів для розрахунку з покупцями в магазинах.

5. Перспективні напрямки науково-технічного прогресу в роздрібній торгівлі.

Висновки і пропозиції.

Тема 43. Формування товарних ресурсів в роздрібній торгівлі (за матеріалами роздрібного торговельного підприємства).

Вступ.

1. Сутність товарних ресурсів та товарної пропозиції.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності торговельного підприємства.
 3. Джерела надходження товарних ресурсів в роздрібну торгівлю. Вибір оптимальних джерел надходження товарних ресурсів в роздрібну торгівлю.
 4. Вивчення попиту покупців та його вплив на формування товарних ресурсів.
 5. Напрями удосконалення формування товарних ресурсів в роздрібній торгівлі.
- Висновки та пропозиції.

Тема 44. Формування товарних ресурсів роздрібної торгівлі споживчої кооперації (за матеріалами Укоопспілки, облспоживспілок, РСС).

Вступ

1. Товарні ресурси роздрібної торгівлі споживчої кооперації.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності торговельного підприємства споживчої кооперації.
 3. Джерела надходження товарних ресурсів в роздрібну торгівлю споживчої кооперації.
 4. Розвиток власних джерел формування товарних ресурсів в роздрібній торгівлі споживчої кооперації.
 5. Напрями удосконалення формування товарних ресурсів в роздрібній торгівлі споживчої кооперації.
- Висновки та пропозиції.

Тема 45. Удосконалення товарозабезпечення роздрібної торгівлі (за матеріалами роздрібного торговельного підприємства).

Вступ.

1. Сутність та зміст процесу товарозабезпечення роздрібної торгівлі.
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності торговельного підприємства.
3. Джерела надходження та матеріально-технічне забезпечення товарозабезпечення в роздрібній торгівлі.
4. Використання логістичного підходу в управлінні товарозабезпеченням роздрібної торгівлі.

5. Напрями удосконалення товарозабезпечення роздрібною торгівлі.

Висновки та пропозиції.

Тема 46. Удосконалення товарозабезпечення роздрібною торгівлі споживчої кооперації (за матеріалами Укоопспілки, облспоживспілок).

Вступ.

1. Особливості товарозабезпечення роздрібною торгівлі споживчої кооперації.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика торговельної мережі споживчої кооперації.
 3. Джерела формування та організація товарозабезпечення роздрібною торгівлі споживчої кооперації.
 4. Роль оптової ланки в товарозабезпеченні роздрібною торгівлі споживчої кооперації.
 5. Використання логістичного підходу в організації товарозабезпечення роздрібною торгівлі споживчої кооперації.
- Висновки та пропозиції.

Тема 47. Організація торгівлі на ринках (за матеріалами ринків району, міста, регіону).

Вступ.

1. Значення ринків в інфраструктурі внутрішньої торгівлі.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності ринку.
 3. Організація торгівлі на ринку:
 - 3.1. Характеристика ринкового господарства та його структурних елементів.
 - 3.2. Організація системи послуг в торгівлі на ринку.
 - 3.3. Організація роботи та правила торгівлі на ринку.
 4. Напрями вдосконалення функціонування ринку.
- Висновки та пропозиції.

Тема 48. Формування системи обслуговування в торгівлі на ринках (за матеріалами ринків району, міста, регіону).

Вступ.

1. Торгівля на ринках як особлива форма торговельно-сервісного обслуговування.

2. Характеристика та аналіз структури платних послуг на ринках.
 3. Характеристика системи послуг в торгівлі на ринках.
 4. Особливості формування та надання системи платних послуг на продовольчих (непродовольчих) ринках.
 5. Напрями вдосконалення системи торговельно-сервісного обслуговування в торгівлі на ринках.
- Висновки та пропозиції.

Тема 49. Організація торговельно-закупівельної діяльності підприємства (за матеріалами торговельного, виробничого, сільськогосподарського підприємства тощо).

Вступ.

1. Сутність торговельно-закупівельної діяльності підприємства.
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.
3. Процес організації торговельно-закупівельної діяльності на підприємстві.
4. Організація процесу вивчення джерел постачання товарів на підприємство.
5. Напрями розвитку торговельно-закупівельної діяльності на підприємстві.

Висновки та пропозиції.

Список використаних джерел

Тема 50. Біржова торгівля як форма організації оптового ринку (за матеріалами вітчизняних бірж).

Вступ.

1. Сутність, роль і розвиток біржової торгівлі в Україні.
 2. Аналіз біржового обороту товарної біржі.
 3. Організація управління товарною біржею.
 4. Особливості асортименту біржових товарів та характеристика біржових угод.
 5. Шляхи розширення біржової торгівлі за сучасних умов.
- Висновки та пропозиції.

Тема 51. Організація ярмаркової торгівлі (за матеріалами постійно діючих, періодичних ярмарків).

Вступ.

1. Сутність та значення ярмарків як організатора оптового

обороту.

2. Основний контингент учасників ярмарків, їх характеристика.
 3. Механізм організації та проведення ярмарків.
 4. Основні результати та оцінка ефективності проведених ярмарків.
 5. Перспективи розвитку та напрями розширення ярмаркової торгівлі в Україні.
- Висновки та пропозиції.

Тема 52. Організація закупівлі товарів на оптових ярмарках (за матеріалами торговельного підприємства).

Вступ.

1. Роль, значення та види ярмарків в Україні.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства (організації).
 3. Організація підготовки та участі підприємства в ярмарках.
 4. Організація оптових закупівель на ярмарках.
 5. Напрями удосконалення організації та участі підприємства в ярмарковій торгівлі.
- Висновки та пропозиції.

Тема 53. Організація фірмової торгівлі (за матеріалами фірмових магазинів, мереж товаровиробників).

Вступ.

1. Стан та перспективи розвитку фірмової роздрібною торгівлі в Україні.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності фірмового магазину (фірмової мережі).
 3. Формування фірмового стилю магазину (мережі).
 4. Вивчення споживчого попиту у фірмових магазинах.
 5. Особливості організації роздрібного продажу товарів та його активізації у фірмових магазинах.
 6. Напрями удосконалення організації фірмової торгівлі.
- Висновки та пропозиції.

Тема 54. Організація системи торговельного обслуговування покупців в роздрібній торгівлі (за матеріалами окремого підприємства, торговельної мережі).

Вступ.

1. Система торговельного обслуговування покупців, її зміст та принципи організації.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності торговельного підприємства.
 3. Культура торгівлі та її складові елементи. Фактори, що впливають на культуру та якість торговельного обслуговування.
 4. Аналіз основних показників культури торгівлі та якості обслуговування покупців.
 5. Проблеми та шляхи покращення якості обслуговування в магазинах.
- Висновки та пропозиції.

Тема 55. Удосконалення торговельного обслуговування населення в роздрібній торгівлі (за матеріалами торговельного підприємства).

Вступ.

1. Зміст та сутність торговельного обслуговування населення.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності торговельного підприємства.
 3. Законодавчі аспекти регулювання організації процесу торговельного обслуговування населення в роздрібній торгівлі.
 4. Показники, що характеризують рівень торговельного обслуговування в роздрібній торгівлі.
 5. Напрями удосконалення процесу організації торговельного обслуговування в роздрібній торгівлі.
- Висновки та пропозиції.

Тема 56. Організація надання послуг у роздрібній торгівлі (за матеріалами регіону, області, району, міста).

Вступ.

1. Сутність та основні види послуг в роздрібній торгівлі.
 2. Характеристика роздрібної торговельної мережі регіону (області, району, міста).
 3. Формування переліку послуг в магазинах регіону (області, району, міста).
 4. Оцінка ефективності надання торговельних послуг в магазинах регіону (області, району, міста).
 5. Шляхи розширення та удосконалення системи послуг в роздрібній торгівлі.
- Висновки та пропозиції.

Тема 57. Розвиток послуг роздрібно́ї торгівлі за сучасних умов (за матеріалами області, регіону, України, торговельних підприємств).

Вступ

1. Роль та значення послуг роздрібно́ї торгівлі за сучасних умов.
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності об'єкта дослідження.
3. Фактори, що визначають розвиток послуг на роздрібно́му торговельно́му підприємстві.
4. Організації та надання послуг на підприємстві роздрібно́ї торгівлі.
5. Напрями формування та перспективи розвитку послуг роздрібно́ї торгівлі.

Висновки та пропозиції.

Тема 58. Створення та надання системи послуг у підприємствах торгівлі (за матеріалами магазину, торговельної мережі).

Вступ.

1. Сутність послуг у торгівлі та їх специфічні особливості.
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності магазину.
3. Формування та надання системи послуг в магазині, їх якість.
4. Організація надання окремих видів послуг в магазині.
5. Шляхи удосконалення організації системи торговельних послуг в магазині.

Висновки та пропозиції.

Тема 59. Розвиток послуг, пов'язаних з реалізацією товарів в роздрібно́ї торгівлі (за матеріалами торговельного підприємства).

Вступ.

1. Поняття та зміст послуг, пов'язаних з продажем товарів, їх роль в процесі організації продажу товарів.
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності торговельного підприємства.
3. Методи продажу товарів та їх вплив на перелік послуг, що надаються покупцям в процесі продажу.
4. Організація надання послуг, пов'язаних з реалізацією товарів в магазині. Показники оцінки послуг, пов'язаних з реалізацією товарів.
5. Напрями удосконалення організації надання послуг в процесі

реалізації товарів в магазині.

Висновки та пропозиції.

Тема 60. Організація комісійної торгівлі непродовольчими товарами (за матеріалами магазину).

Вступ.

1. Комісійна торгівля як особлива форма роздрібного продажу товарів.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності магазину.

3. Організація приймання товарів на комісію. Договір комісії.

4. Організація та правила комісійного продажу непродовольчих товарів.

5. Перспективні напрями розвитку комісійної торгівлі.

Висновки та пропозиції.

Тема 61. Організація продажу товарів у дрібнороздрібній торговельній мережі (за матеріалами України, області, району, міста).

Вступ.

1. Роль та функціональне призначення дрібнороздрібної торговельної мережі.

2. Стан та тенденції розвитку дрібнороздрібної торговельної мережі України (області, району, міста).

3. Вимоги до розміщення дрібнороздрібної торговельної мережі.

4. Організація та правила продажу товарів через мережу підприємств дрібнороздрібної торгівлі.

5. Перспективи розвитку дрібнороздрібної торговельної мережі.

Висновки та пропозиції.

Тема 62. Побудова, розташування та розвиток роздрібної торговельної мережі (за матеріалами облспоживспілки, райспоживспілки, регіону, області).

Вступ.

1. Роль та значення роздрібної торговельної мережі в обслуговуванні населення.

2. Аналіз показників, що характеризують стан розвитку та ефективність функціонування роздрібної торговельної мережі.

3. Організація територіального розміщення роздрібної

торговельної мережі.

4. Концентрація та спеціалізація роздрібною торговельною мережі.

5. Перспективні напрями розвитку та організації роздрібною торговельною мережі.

Висновки та пропозиції.

Тема 63. Регулювання розвитку та розміщення роздрібною торговельною мережі міста (району, області, регіону, України).

Вступ.

1. Сучасні тенденції розвитку та розміщення роздрібною торговельною мережі.

2. Характеристика розвитку та розміщення роздрібною торговельною мережі міста (району, області, регіону, України).

3. Фактори, що впливають на розвиток та розміщення роздрібною торговельною мережі міста (району, області, регіону, України).

4. Планування розвитку та розміщення роздрібною торговельною мережі міста (району, області, регіону, України).

5. Перспективи розвитку та розміщення роздрібною торговельною мережі, напрями її регулювання.

Висновки та пропозиції.

Тема 64. Сучасні підходи до місця розміщення торговельного об'єкту (за матеріалами торговельного підприємства).

Вступ.

1. Теоретичні аспекти розміщення об'єкта роздрібною торгівлі за умов ринковою економікою. Фактори, що визначають розміщення та розвиток торговельного об'єкта.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності торговельного об'єкту.

3. Зона торговельного обслуговування, методи її визначення.

4. Методика вибору розміщення торгового об'єкту за ринкових умов.

Висновки та пропозиції.

Тема 65. Організація рекламно-інформаційної діяльності в роздрібною торгівлі та її ефективність (за матеріалами роздрібною торговельного підприємства, організації).

Вступ.

1. Визначення, види і форми реклами.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності

підприємства.

3. Організація рекламно-організаційної роботи на підприємстві.

4. Аналіз рекламно-інформаційних засобів, які використовуються підприємством.

5. Ефективність рекламно-інформаційної діяльності в роздрібній торгівлі та шляхи її підвищення.

Висновки та пропозиції.

Тема 66. Формування рекламно-інформаційного простору сучасних підприємств роздрібної торгівлі (за матеріалами роздрібно-торговельного підприємства).

Вступ

1. Цілі, зміст та роль формування рекламно-інформаційного простору сучасних підприємств роздрібної торгівлі.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності роздрібно-торговельного підприємства.

3. Рекламні засоби, їх вплив на поведінку споживачів та стимулювання продажу товарів.

4. Аналіз рекламно-інформаційного простору досліджуваного підприємства роздрібної торгівлі.

5. Напрями вдосконалення формування рекламно-інформаційного простору підприємств роздрібної торгівлі.

Висновки та пропозиції.

Тема 67. Організація інформації та реклами в магазині (за матеріалами магазину).

Вступ.

1. Роль і функції внутрімагазинної інформації та реклами в діяльності торговельних підприємств.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності магазину.

3. Організація системи інформації покупців в магазині.

4. Організація внутрімагазинної реклами.

5. Вдосконалення системи інформації та реклами в магазині.

Висновки та пропозиції.

Тема 68. Торговельна діяльність споживчого товариства (за матеріалами облспоживспілки, райспоживспілки).

Вступ.

1. Особливості організації кооперативної торгівлі та перспективні напрями її розвитку.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика кооперативної організації.
 3. Роздрібна торговельна мережа та основні показники її функціонування (спеціалізація, розміщення, розвиток).
 4. Організація постачання товарами роздрібною торговельною мережі (джерела постачання, форми господарських зв'язків з постачальниками, організація доставки товарів).
 5. Організація продажу товарів і обслуговування покупців.
 6. Перспективні напрями розвитку торговельної діяльності кооперативної організації.
- Висновки та пропозиції.

Тема 69. Організація кооперативної торгівлі (за матеріалами облспоживспілки, райспоживспілки).

Вступ.

1. Роль кооперативної торгівлі в обслуговуванні населення та її задачі на сучасному етапі.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика кооперативної організації.
 3. Матеріально-технічна база кооперативної торгівлі (склад, стан, розвиток).
 4. Організація постачання товарами роздрібною торговельною мережі.
 5. Організація продажу товарів в роздрібній торговельній мережі.
- Висновки та пропозиції.

Тема 70. Особливості організації торгівлі в торговельних центрах (за матеріалами торговельного центру).

Вступ.

1. Торговельний центр як форма комплексного обслуговування споживачів.
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності суб'єкту господарювання.
3. Основні принципи планування торговельного центру.
4. Вибір місцерозміщення суб'єкту господарювання в складі торговельного центру.
5. Особливості організації роздрібною торгівлі в торговельному центрі.

6. Перспективи розвитку торговельних центрів.
Висновки та пропозиції.

Тема 71. Організація торгівлі в корпоративних роздрібних торговельних мережах (за матеріалами вітчизняних торговельних мереж).

Вступ.

1. Поняття формату торгівлі, сучасні формати роздрібною торгівлі.
2. Коротка організаційно-економічна характеристика корпоративної торговельної мережі.
3. Формування єдиного стилю оформлення підприємств, що входять до торговельної мережі, та стандартів обслуговування покупців.
4. Організація доставки товарів в торговельну мережу.
5. Організація роздрібного продажу та обслуговування покупців, застосування методів активізації продажу товарів.

Висновки та пропозиції.

Тема 72. Організація роздрібною торгівлі продовольчими товарами (за матеріалами магазину, торговельної мережі).

Вступ.

1. Задачі подальшого розвитку торгівлі продовольчими товарами на сучасному етапі (конкретної товарної групи).
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності магазину.
3. Обґрунтування та вибір місцерозміщення магазину з продажу продовольчих товарів.
4. Постачальники товарів, їх характеристика та організація договірних зв'язків з ними.
5. Організація продажу товарів та обслуговування покупців.

Висновки та пропозиції.

Тема 73. Організація роздрібною торгівлі непродовольчими товарами (за матеріалами магазину, торговельної мережі).

Вступ.

1. Значення, задачі розвитку та удосконалення торгівлі непродовольчими товарами (конкретної товарної групи).
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності магазину.

3. Обґрунтування та вибір місцерозміщення магазину з продажу непродовольчих товарів.

4. Організація постачання товарами магазину, основні постачальники товарів, їх характеристика та організація договірних зв'язків з ними.

5. Організація продажу товарів та обслуговування покупців.
Висновки та пропозиції.

Тема 74. Удосконалення роздрібно́ї торгівлі непродовольчими товарами в магазині (торговельній мережі) (за матеріалами роздрібно́го торговельного підприємства).

Вступ.

1. Характеристика ринку непродовольчих товарів (певної товарної групи або підгрупи).

2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності торговельного підприємства (торговельної мережі).

3. Особливості організації торгово-технологічного процесу в магазині з продажу непродовольчих товарів (певної товарної групи або підгрупи).

4. Правила продажу непродовольчих товарів (певної товарної групи або підгрупи).

5. Обґрунтування та вибір методів стимулювання щодо продажу непродовольчих товарів (певної товарної групи або підгрупи).

6. Перспективи розвитку роздрібно́ї торгівлі непродовольчими товарами.

Висновки та пропозиції.

Тема 75. Удосконалення процесу продажу товарів в магазинах (за матеріалами роздрібно́го торговельного підприємства).

Вступ.

1. Організація продажу товарів за різними формами та методами.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика торговельного об'єкта.

3. Вимоги та принципи організації процесу продажу товарів у магазині.

4. Принципи, способи та методи викладки товарів в магазині.

5. Напрями удосконалення процесу продажу товарів в магазині.

Висновки та пропозиції.

Тема 76. Прогресивні методи продажу товарів та їх ефективність (за матеріалами магазину, торговельної мережі).

Вступ.

1. Значення, розвиток і вдосконалення прогресивних методів продажу товарів.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.

3. Характеристика прогресивних методів продажу товарів, що використовуються в магазині, та їх економічна ефективність.

4. Вітчизняний та закордонний досвід застосування прогресивних методів продажу товарів в роздрібній торгівлі.

Висновки та пропозиції.

Тема 77. Організація торгівлі в супермаркетах.

Вступ.

1. Поняття супермаркету, його роль в системі товаропросування.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.

3. Принципи територіального розміщення супермаркету.

4. Організація продажу товарів і обслуговування покупців.

5. Методи активізації продажу товарів в супермаркетах.

Висновки та пропозиції.

Тема 78. Організація вивчення споживчого попиту в магазині (за матеріалами роздрібно-торговельного підприємства).

Вступ.

1. Значення та завдання вивчення споживчого попиту в торгівлі.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика торговельного підприємства.

3. Організація процесу та методи вивчення попиту в магазині.

4. Використання матеріалів вивчення попиту споживачів в процесі діяльності магазину та формування його асортименту.

Висновки та пропозиції.

Тема 79. Організація праці в магазині (за матеріалами роздрібно-торговельного підприємства).

Вступ

1. Організація праці в роздрібній торгівлі, її сутність та значення.

2. Коротка організаційно-економічна характеристика роздрібно-торговельного підприємства. Основні категорії працівників магазину.

3. Умови праці працівників та режим роботи магазину.
 4. Організація та обслуговування робочих місць на підприємствах торгівлі.
 5. Організація матеріальної відповідальності в торгівлі.
- Висновки та пропозиції.

Тема 80. Проблеми становлення та розвитку електронної торгівлі (за матеріалами Internet-магазину).

Вступ

1. Особливості та сучасний стан розвитку електронної торгівлі. Переваги електронної торгівлі перед традиційною.
 2. Аналіз роботи українського електронного магазину.
 3. Інформаційне забезпечення електронної торгівлі.
 4. Вітчизняний та закордонний досвід організації електронної торгівлі.
 5. Перспективні напрямки розвитку електронної торгівлі в Україні.
- Висновки та пропозиції.

Тема 81. Стратегічні аспекти франчайзингу в роздрібній торгівлі (за матеріалами реалізації певної товарної групи)

Вступ.

1. Стан та особливості розвитку франчайзингу в роздрібній торгівлі певною товарною групою. Переваги та недоліки франчайзингу.
 2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності торговельного підприємства.
 3. Основні принципи участі у франшизній системі з організації продажу певної товарної групи.
 4. Сутність технології франчайзингу в роздрібній торгівлі певною товарною групою.
 5. Перспективи розвитку франчайзингу в Україні.
- Висновки та пропозиції.

Тема 82. Франчайзинг як форми організації господарської діяльності (за матеріалами франчайзі).

Вступ.

1. Сутність франчайзингу та історія його розвитку. Переваги та недоліки франчайзингу.
2. Коротка організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства.

3. Механізм застосування франчайзингу для здійснення господарської діяльності.

4. Правове регулювання франчайзингу в Україні.

5. Шляхи розширення застосування франчайзингу в Україні.

Висновки та пропозиції.

ЗДАЧА ТА ПОРЯДОК ЗАХИСТУ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Після виконання курсова робота здається студентом на кафедру комерційної діяльності та підприємництва для рецензування науковим керівником не пізніше ніж за 10 діб до її захисту.

Рецензія на курсову роботу повинна містити позитивну характеристику, недоліки, які необхідно доопрацювати письмово. Дається попередня оцінка роботи і відмітка про допуск до захисту роботи.

При наявності серйозних недоліків, відсутності самостійної роботи та інших зауважень курсова робота повертається студенту для доопрацювання і до захисту не допускається. Після доопрацювання курсова робота повторно подається на рецензування керівнику з попередньою рецензією. Захист курсової роботи проводиться в терміни, встановлені навчальним планом, перед комісією у складі не менше двох викладачів, яка призначається завідувачем кафедри, у тому числі керівник роботи. Під час захисту студент пояснює зауваження і дає відповіді на поставлені запитання.

При оцінці курсової роботи враховують якість її виконання, відповіді на питання, вміння використовувати теоретичні знання при вирішенні практичних завдань.

ПОРЯДОК І КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

1. Система нарахування балів студентам при виконанні курсової роботи з «Торговельного підприємництва» зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Оцінка знань студентів проводиться за 100-бальною шкалою, що складається з трьох основних оціночних блоків:

I – бали за зміст курсової роботи;

II – бали за оформлення та організацію виконання курсової роботи;

III – бали за захист курсової роботи.

Курсова робота може бути допущена до захисту, якщо набирає мінімально 60 балів.

2. Розподіл балів для визначення рейтингу студента

Кількість балів, набраних студентом за результатами виконання і захисту курсової роботи з “Торговельного підприємництва”, переводиться у традиційну оцінку за шкалою:

Шкала та критерії оцінювання курсової роботи:

Загальна кількість балів	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	Критерії оцінювання
86 - 100	5 (відмінно)	A	Курсова робота виконана відповідно до затвердженого плану та графіка. Повністю розкриває зміст теми та відповідає вимогам щодо оформлення. Рекомендації (пропозиції) обґрунтовані та мають практичну значущість. На захисті студент (ка) показав (ла) повне розуміння досліджуваних проблем та дав (ла) вірні змістовні відповіді на питання
79 - 85	4 (дуже добре)	B	Курсова робота виконана відповідно до затвердженого плану та графіка. Повністю розкриває зміст теми та відповідає вимогам щодо оформлення. Рекомендації (пропозиції) обґрунтовані та мають практичну значущість. На захисті студент (ка) показав (ла) повне розуміння досліджуваних проблем та дав (ла) вірні змістовні відповіді на питання. У відповідях на питання мали місце незначні помилки та неточності
71 - 78	4 (добре)	C	Курсова робота виконана відповідно до затвердженого плану та графіка. Повністю розкриває зміст теми. В цілому відповідає вимогам щодо оформлення. В роботі надані рекомендації, але їх практичне значення недостатньо обґрунтоване. Під час захисту студент (ка) показав (ла) достатнє розуміння досліджуваних проблем, однак у відповідях на питання допускав (ла) помилки та неточності
66 - 70	3 (задовільно)	D	Курсова робота виконана відповідно до затвердженого плану та графіка. Зміст роботи в цілому розкриває сутність досліджуваних проблем. Оформлення в цілому відповідає встановленим вимогам. Рекомендації недостатньо обґрунтовані. Під час захисту студент (ка) показав (ла) достатнє розуміння досліджуваних проблем, однак у відповідях на питання допускав окремі суттєві помилки. Мають місце незначні помилки в оформленні роботи
60 - 65	3 (задовільно достатньо)	E	Курсова робота виконана відповідно до затвердженого плану, однак з порушеннями графіка. Зміст роботи в цілому розкриває сутність досліджуваних проблем, однак рекомендації, представлені в роботі, мають формальний характер та недостатньо обґрунтовані. Під час захисту студент (ка) показав (ла) достатнє розуміння досліджуваних проблем, однак у відповідях на питання допускав (ла) суттєві помилки. Мають місце незначні помилки в оформленні роботи

Курсова робота студента оцінюється за змістом (до 50 балів), оформленням та організацією виконання (до 20 балів) та захистом (до 30

балів). Підраховується сума балів, проставляється підсумкова кількість балів та оцінка за національною шкалою і шкалою ECTS.

Список рекомендованої літератури

1. Абчук В. 12 шагов к собственному бизнесу – М.Эксмо, 2008. – 400с.
2. Авдокушин Е.Ф. Международные экономические отношения: Уч. пособ. - М.: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 2004. – 320 с.
3. Балабан М.П. Оптова торгівля в ринковому середовищі: ефективність функціонування та стратегія розвитку: Монографія. – Полтава: РВЦ ПУЕТ, 2005. – 153 с.
4. Бевз О.П., Скотнікова М.М. Економіко – організаційні основи біржової торгівлі: Частина 1: Навч. Посібник .- К.: КНТЕУ , 2005. – 215 с.
5. Бевз О.П., Скотнікова М.М., Кушнір Т.Б. Економіко – організаційні основи біржової торгівлі: Частина 2: Навч. Посібник .- К.: КНТЕУ , 2006. – 154 с.
6. Берман Б., Эванс Дж. Розничная торговля: стратегический поход. Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2008. – 1184 с.
7. Бизнес-план. Методика разработки. 25 образцов (5-е изд.) Горемыкин В. –М.: Ось-89,08. – 592с., О.
8. Бизнес-план. Методика разработки. 45 реал.образцов. Горемыкин В. –М.: Ось-89,08. – 864с., П.
9. Біржова діяльність: Навч. Посібник / Під ред. В.І. Крамаренко, Б.І.Холод. – К.: ЦУЛ, 2003. – 264 с.
10. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – К.: Украинско-финский институт менеджмента и бизнеса, 2004. – 408 с.
11. Божкова В.В., Башук Т.О. Мерчандайзинг: Навчальний посібник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. -125 с.
12. Бураковский И. Теория міжнародної торгівлі. - К.: Основи, 2004. - 241 с.
13. Варналій З.С. Основи підприємництва: Навч. посіб. – К.: Знання- Прес, 2002. – 239 с.: іл..
14. Виноградська А.М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку: Монографія. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 807 с.
15. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учебник для вузов. - М.: Международные отношения, 2005. - 544 с.
16. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: Підруч. для студ. вищ. навч. закл. – К.: Книга, 2004. – 560 с.
17. Голошубова Н.О., Торопков В.М. Оптова торгівля: організація і технологія. Навч. посібн. – К.: КНЕУ, 2007. 264 с.
18. Господарський кодекс України (відомості Верховної Ради, 2003, №18, №19-20, №21-22, ст.144)

19. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. - № 436-ІУ // Голос України, 2003. – 14 березня. – с. 1-30.
20. Грачев Ю. Н. Внешнеэкономическая деятельность. Организация и техника внешнеторговых операций: Учебно-практ. пособие. - М.: ЗАО Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2001. – 592 с.
21. Дадалко В.А. Международные экономические отношения: Учебник. - Мн.: Армита-Маркетинг, Менеджмент, 2005. – 488 с.
22. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2002. – 287 с.
23. Девелоперский проект. <http://www.develop.com.ua>
24. Денисова И.Н. Организация и технология коммерческой деятельности: Учебное пособие.- М.: ИНФРА-М, 2003. – 208 с.
25. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі - К., "Україна", 1994. - 319с.
26. Дудяк Р.П., Бугіль С.Я. Організація біржової діяльності: Основи теорії і практикум: Навч. Посібник – 2-ге вид., доп. – Львів: Новий світ - 2000, Магнолія плюс, 2003. – 360 с.
27. Електронні ресурси для пошуку законодавчих документів : Internet, сайт: www.rada.gov.ua
28. Живая энциклопедия розничной торговли. <http://www.roznitsa.com>
29. Жизнин С.З., Крупнов В.И. Как стать бизнесменом. - Минск, "Предприниматель", 2000. – 64с.
30. Журнал Proretail. <http://www.proretail.info/index.php>
31. Закон України «Про міліцію» від 11 червня 1992 р. №24-84-12. 12с.
32. Закон України «Про господарські товариства».
33. Захарчин Г.М. Основи підприємництва. Навчальний посібник. – К.: "Знання", 2008. – 437 с.
34. Зубкова И.Н. Организация торговли непродовольственными товарами: Учеб. пособие. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000. – 421 с.
35. Зубкова И.Н. Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами. – М.: 2000. (Электронный ресурс)
36. Зубкова И.Н. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами. (Электронный ресурс)
37. Інструкція про порядок приймання продукції виробничо-технічного призначення та товарів народного споживання з кількості. (Постанова Держарбітражу № 11-6 від 15 липня 1985 року), -М: МГСССР, 1985. – 36с.
38. Інструкція про порядок приймання продукції виробничо-технічного призначення та товарів народного споживання з якості. (Постанова Держарбітражу № 11-7 від 25 квітня 1986 року) -М: МГСССР, 1986. – 42с.

39. Інфраструктура товарного ринку / Белявцев М.І. : Навч. посіб. – К.:ЦНЛ, 2005. – 416 с.
40. Інфраструктура товарного ринку / Шканова О.Н. : Навч. посіб. – К.:ЦНЛ, 2006. – 320 с.
41. Как и в какой форме открыть свой бизнес. Проскурин О.-Ростов-на-Дону:МарТ,05. – 256с., О.
42. Карлін М.І., Носалюк А.В. Підприємницьке право у запитаннях та відповідях: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2008. – 356 с.
43. Карпенко В.О. Контроль за торгівлею в Україні. Збірник нормативних документів, регламентуючих торгівлю діяльність в Україні. Харків.: «Конус», 1998. – 54с.
44. Кира и Рубен Канаян. Мерчандайзинг. – М.: РИП-холдинг, 2005. – 236 с.
45. Киселев А.П. Основы бизнеса. - К., “Либра”, 2003. – 248с.
46. Киселев А.П. Теория и практика современного бизнеса. - К., “Либра”, 1995. – 248с.
47. Киселев Ю.Н. Банк идей для частного бизнеса: Путь к финансовой независимости. Как заработать первый миллион. – К.: Издательство А.С.К., 2004. – 352 с.
48. Клочкова М.С., Логинова Е.Ю., Якорева А.С. Мерчандайзинг: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К», 2009. – 268 с.
49. Козак Ю.Г., Ковалевський В.В., Ржепішевський К.І. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях: Навчальний посібник. – К: “Центр навчальної літератури”, 2004. – 676 с.
50. Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини: Навч. посіб. - 2-ге вид., стер. - К.: Знання-Прес, 2006. - 277 с.
51. Колот В.М., Щербина О.В. Підприємництво: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. – К.:КНЕУ, 2003. – 197 с.
52. Комерційна діяльність / за ред. Апопія В.В. – К.: Знання, 2008. – 532 с.
53. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг / за ред. Апопія В.В. – Львів: вид-во ЛКА, 2007. – 450 с.
54. Крупка Ю.М. Правові основи підприємницької діяльності: Навчальний посібник. – К.: Юрінком Інтер, 2008. – 480 с.
55. Кушнір Т.Б. Економіка і організація біржової торгівлі: Навч. посібник. – Х: ХДУХТ, Консум, 2003. – 216 с.
56. Липсиц И.П. Бизнес-план - основа успеха. Практическое пособие. - М., 2002. – 117 с.
57. Марки торговых сетей. Новые конкуренты традиционных брендов. Кумар Н.-М.:Альпина Бизнес Букс, 2008. – 173 с.
58. Мерчандайзинг: искусство тореадора. Библиотека журнала «Новый маркетинг» / Червак Р., Бондарчук В., Синило Л. – К.: Издательство Алексея Капусты, 2003. – 306 с.

59. Мерчандайзинг: эффективные инструменты и управление товарными категориями / Алан Веллхофф, Жан-Эмиль Масон – М.: Издательский дом Гребенникова, 2004. – 280 с.
60. Моделирование цепи поставок: Пер. с англ. / Шапиро Дж. - С-Пб.- Питер, 2006. – 713 с.
61. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності: Посібник. – К.: Видавничий центр „Академія”, 2003. – 280 с.(Альма-матер)
62. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 948 с.
63. Обритько Б.А. Менеджмент посередницької та біржової діяльності: Навч. посібник. – К.: МАУП, 2003. – 173 с.
64. Организация и управление торговым предприятием / Брагин Л.А., Данько Т.П.: Навч.посібн. - М.: ИНФРА-М, 2005. – 302 с.
65. Организация труда работников торговли / Дашков Л. П., Памбухчиянц В. К., Памбухчиянц О. В. : Навч.посібн. –М.: Издательский дом Дашков и К, 2009. – 240 с.
66. Организация, технология и проектирование торговых предприятий / Дашков Л. П., Памбухчиянц В. К. : Навч.посібн. – М.: Издательский дом Дашков и К, 2008. – 506 с.
67. Організація торгівлі: Підручник/ за ред. Аполія В.В. – К.:Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.
68. Основы логистики / Щербачков В. В. : Навч.посібн.– С-Пб.- Питер, 2009. – 426 с.
69. Основы оптовой торговли: практ. курс: Пер. с англ. / Даненбург В., Тейлор В. - СПб. : Сирин, 2001. – 248 с.
70. Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес./ Под ред. Ю.М.Осипова - М.,Ассоциация “Гуманитарное знание”, 2002. – 432с.
71. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности. – М.: Маркетинг, 2003. – 292 с.
72. Парамонова Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: учебное пособие /Парамонова Т.Н., И.Н.Красюк. – М.: КНОРУС, 2008. – 120 с.
73. Платонов Л.Н. Организация торговли. – Минск: БГЕУ, 2000. – 150 с.
74. Поддубный Ф.И. Хотите стать бизнесменом? - К., Молодь, 2002. – 393с.
75. Подсолонко В.А., Процай А.Ф. , Миронова Т.Л., Василенко В.О. Підприємництво. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 616 с.
76. Показываем бизнес-процессы (2-е изд.). Кондратьев В.О. -М.: Эксмо, 2008. – 480 с.
77. Положення про державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності. Пост.КМУ від 29.04.2004р.,N276, у

редакції пост.КМУ № 125 від 25.01.2004р. “Галицькі контракти”, №42, 1996р.

78. Правила комісійної торгівлі непродтоварами. Наказ міністра зовнішніх економічних зв'язків та торгівлі України №37 від 13 березня 1996 року. 28с.

79. Правила продажу непродовольчих товарів. Наказ міністра зовнішніх економічних зв'язків та торгівлі України №294 від 27 травня 1996 року. 21с.

80. Правила продажу продовольчих товарів. Наказ міністра зовнішніх економічних зв'язків та торгівлі України №237 від 28 грудня 1994 року. 24с.

81. Правила роботи підприємств громадського харчування. Наказ міністра зовнішніх економічних зв'язків та торгівлі України №129 від 3 липня 1995 року.34с.

82. Правила торгівлі на ринках. Наказ міністра зовнішніх економічних зв'язків та торгівлі України №157 від 12 березня 1996 року. 27с.

83. Предпринимательская деятельность. Селезнев В.О. – Х.: Фактор, 2008. – 752с.

84. Про державну контрольно-ревізійну службу в Україні. Закон України від 26 січня 1993 року №29-39-12. 41с.

85. Про державну податкову службу в Україні. Закон України від 24.12.93 №38-13-12. 12с.

86. Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення. Закон України від 24 лютого 1994 року №4004-12. 37с.

87. Про захист прав споживачів. Закон України. Голос України, 1991, 12 червня. 49с.

88. Про пожежну безпеку. Закон України від 17 грудня 1993 року №37-45-12. 39с.

89. Про порядок заняття торговою діяльністю та правилах торгового обслуговування населення. Постанова КМУ №108 від 8 лютого 1995 року. 28с.

90. Про стандартизацію та сертифікацію. Закон України від 11 червня 1997 року №333/97. 62с.

91. Р.Хизрич, М.Питерс. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха. - М., Прогресс-Универс, 1991-1993гг., 5 выпусксов.

92. Рабочий инструмент ритейлора. <http://retail.ru>

93. Радаев В.В. Новая конкурентная ситуация в розничной торговле. – М.: Изд. дом ГУ ВШЕ, 2007. – 220 с.

94. Ресторан и кафе с нуля. Ситникова О.-СПб.:Питер, 2008.-192 с.

95. Розничная торговля России и стран СНГ. <http://www.stratomeia.com>

96. Розничная торговля. <http://www.systemgroup.com.ua/index.php?id=294&L=0&print=1>
97. Рокоча В.В. Міжнародна економіка: Навч. посіб.: У 2 кн. Кн. I: Міжнародна торгівля: теорія і політика. К.: Таксон 2005.- 320 с
98. Савощенко А.С. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посібник. – К.:КНЕУ, 2005. – 336 с.
99. Серия “Предпринимателю о предпринимательстве (американский опыт)”. Жизнин С.З., Крупнов В.И., Крупнова Н.А. и др. - М.,”Новости”, 2000г.,5 брошюр.
100. Сизоненко В.О. Сучасне підприємництво: Довідник. – К.: Знання – Прес, 2003. – 379 с. – (Вища освіта XXI століття)
101. Склад. Сборник нормативных документов. – Х.: Конус, 2003. – 160 с.
102. Смирчинський В.В. Основи логістичного менеджменту. – К.: Основа, 2004. – 327 с.
103. Снегирева В.В. Книга мерчандайзера. – СПб.: Питер, 2005. – 384 с.
104. Сохацька О.М. Біржова справа: Підручник. – Тернопіль: Картбланш, 2008. – 602 с.
105. Стандарт розничного магазину. Сысоева С.-СПб.:Питер, 2008. – 176с.
106. Створення і функціонування суб’єктів підприємництва. Навч.посіб./Петровича Й.М.-Л.: Магнолія Плюс, 2007. – 256с.
107. Стратегия развития отрасли. [http:// www. proretail. info/index. php?id=18](http://www.proretail.info/index.php?id=18)
108. Студия исследования розницы. <http://www.retailstudio.org>
109. Сысоева С.В., Бузукова Е.А. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице. – СПб.: Питер, 2008. – 226 с.
110. Сысоева С.В., Крок Г.Г. Большая книга директора магазина. – СПб.: Питер, 2009. – 432 с.
111. Тарасюк Г.М. Планування комерційної діяльності. – К.: Каравела. – 2005. – 400 с.
112. Теорія та практика торговельного обслуговування: Підручник/ за ред. Апопія В.В. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 496 с.
113. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: Навч.посібник.-К.: КНЕУ, 2000. – 412 с.
114. Технологии розничной торговли. [http:// www.stratamedia. com/retail-russian/retail-articles/merchandising/retail-algorithms.htm](http://www.stratamedia.com/retail-russian/retail-articles/merchandising/retail-algorithms.htm)
115. Технологія й обладнання підприємств торгівлі / за ред. Ребіцького В.М. – К.: Либідь, 1996. – 304 с.
116. Торговые сети. <http://www.shopandmall.ru/mags.php>
117. Трухіна Т. Ліцензування підприємницької діяльності //Баланс. - № 8. – 2/2000. – с. 49-55

118. Тягунова Н.М., Юрко І.В. Основи підприємництва. Навчальний посібник. – К.: НМЦ „Укоопосвіта”, 2002.- 162с.
119. Украинская Торговая Гильдия. <http://utg.kiev.ua>
120. Управление продовольственным магазином. Пожидаева А.-Мн.:Изд.Гревцова, 2007. – 248с.
121. Ферни Дж. Принципы розничной торговли. Пер. с англ. – М.:ЗАО «Олімп-Бизнес», 2008. – 416 с.
122. Фомичев В.И. Международная торговля: Учебник; 2-е изд., М.: ИНФРА-М, 2000. – 446 с.
123. Хилл Н., Думаи и богатей / Пер. с англ. Г.П.Сосновского, И.А.Чабанова. -К., Молодь, 2003. – 160с.
124. Хоскинг А. Курс предпринимательства - М.,”Международные отношения”, 2003. – 350с.
125. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. – 488 с.
126. Цигилик І.І., Паневик Т.М., Криховецька З.М. Основи підприємництва. Друге видання, перероблене та доповнене. Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2007. – 224 с.
127. Цигилик І.І., Паневик Т.М., Криховецька З.М. Основи підприємництва: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 240 с.
128. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації. Навчальний посібник. Балабанова Л.В.-К.,Учбова література, 2004. – 200с.
129. Щур Д.Л. Основы торговли. – М.: Наука 2002. – 800 с.
130. Эстерлинг С., Флоттман Э., Джернинган М., Марал С. Мерчандайзинг в розничной торговле. – СПб.: Питер, 2004. – 304 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Зразок оформлення титульного листа

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ ДРУКАРСТВА
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МАРКЕТИНГУ

КУРСОВА РОБОТА

з «Торговельного підприємства»

на тему: _____
(за матеріалами _____)

Студента (ки) _____ курсу _____ групи

(прізвище та ініціали)

Перевірив: канд. екон. наук, ст. викл.
Сосновська О.О.

м. Львів - 20 ____

Зразок оформлення завдання на курсову роботу

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ ДРУКАРСТВА
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МАРКЕТИНГУ

**ЗАВДАННЯ
на курсову роботу**

Студенту гр. _____, спеціальності _____

_____ (прізвище, ім'я та по-батькові)

1. Тема

2. Термін подачі роботи

3. Перелік питань, які належить розробити:

Дата видачі завдання « _____ » _____ 20 _____ р.

Керівник курсової роботи _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис студента) (прізвище, ініціали)

Зразок оформлення змісту курсової роботи

Зміст

	Стор.
Вступ	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
Висновки та пропозиції	
Список використаних джерел	
Додатки	

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Загальні положення.....	4
Вимоги до курсової роботи.....	5
Правила оформлення та захисту курсової роботи.....	9
Захист курсової роботи.....	15
Тематика курсових робіт.....	17
Зразки планів курсових робіт.....	22
Здача та порядок захисту курсової роботи.....	52
Порядок і критерії оцінювання курсової роботи.....	52
Список рекомендованої літератури.....	55
Додатки.....	62

Навчальне видання

Сосновська О.О.

ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до виконання курсової роботи з дисципліни для студентів спеціальностей 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Видання виходить в авторській редакції

Підготовка до друку: Сапіга А. І.

Свідоцтво про внесення до державного реєстру
ДК № 3050 від 11.12.2007 р.

Підписано до друку 09.06.2019 р.

Формат 60 90/16. Папір офсетний.

Обсяг 6,2 друк. арк.; 5,8 умовн. друк. арк.; 6,3 обл.—вид. арк.

Тираж 50. Зам. № ____

Українська академія друкарства,
79020, м. Львів, вул. Під Голоском, 19

Віддруковано в НВЛІТТ УАД
79008, м. Львів, вул. Личаківська, 3