

**БЕЛКООПСОЮЗ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

---

Кафедра коммерции и технологии торговли

**ПОСОБИЕ**  
**по выполнению курсовых работ**  
**для студентов специальности**  
**1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»**  
**специализаций 1-25 01 10 02 «Коммерческая**  
**деятельность на рынке товаров народного потребления»,**  
**1-25 01 10 25 «Коммерческая деятельность**  
**и товароведение продовольственных товаров»,**  
**1-25 01 10 26 «Коммерческая деятельность**  
**и товароведение непродовольственных товаров»**

Гомель 2010

УДК 65.422-804  
ББК 334  
П 61

Авторы-составители: Н. Г. Петухова, канд. экон. наук, доцент;  
А. П. Гуменников, ст. преподаватель;  
Е. П. Науменко, ст. преподаватель;  
Н. Л. Каунова, ст. преподаватель;  
Л. Г. Богущкая, ст. преподаватель;  
В. М. Грицкевич, ассистент;  
Н. В. Никитик, ассистент;  
И. Б. Юркова, ассистент

Рецензенты: Л. Ф. Домашиц, заместитель начальника управления  
торговли и общественного питания;  
С. П. Гурская, канд. экон. наук, доцент Белорусского  
торгово-экономического университета потребительской кооперации

Рекомендовано к изданию научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации». Протокол № 2 от 8 декабря 2009 г.

П 61 **Пособие** по выполнению курсовых работ для студентов специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» специализаций 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления», 1-25 01 10 25 «Коммерческая деятельность и товароведение продовольственных товаров», 1-25 01 10 26 «Коммерческая деятельность и товароведение непродовольственных товаров» / авт.-сост. : Н. Г. Петухова [и др.] ; под ред. Н. Г. Петуховой. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2010. – 88 с.  
ISBN 978-985-461-811-1

УДК 65.422-804  
ББК 334

ISBN 978-985-461-811-1

© Учреждение образования «Белорусский  
торгово-экономический университет  
потребительской кооперации», 2010

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В условиях рыночной экономики, чтобы быть конкурентоспособными, специалисты коммерческих служб должны владеть знаниями о совершенствовании организации и технологии торговли, внедрении научно-технических достижений, современных технологий и выборе наиболее эффективных из них, рациональной организации труда и управления на торговых и других объектах.

Для лучшего усвоения теоретических знаний, студенты должны выполнить самостоятельно курсовую работу.

Предлагаемое пособие призвано оказать помощь студентам высшего учебного заведения указанных специальностей в написании курсовых работ. Составлено оно в соответствии с учебными программами для высших учебных заведений по курсам «Организация и технология торговли», «Организация и технология в отрасли», утвержденными Советом Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации.

Курсовые работы выполняются на основе теоретических литературных источников, государственных программ, нормативных и справочных документов, статистических ежегодников и, если это возможно, конкретных материалов организаций, в которых работают студенты-заочники.

В пособии приведены примерная тематика, рекомендуемые планы курсовых работ, подробные методические указания по написанию отдельных тем курсов, список рекомендуемой литературы.

Вопросы технического оформления курсовых работ в соответствии с ГОСТом изложены в отдельном учебно-методическом пособии по подготовке, оформлению и представлению к защите дипломных работ для студентов и слушателей специального факультета по переподготовке кадров ОСП «Институт повышения квалификации и переподготовки кадров Белкоопсоюза» (см. список рекомендуемой литературы) и на специальном сайте.

### ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

#### 1. Научно-технический прогресс в торговле

1. Использование достоинств научно-технического прогресса (НТП) в кооперативной торговле и его влияние на конкурентность предприятий.
2. Индустриализация торгово-технологических процессов.
3. Прогрессивные технологии товародвижения.
4. Электронная торговля: состояние и проблемы развития в Республике Беларусь.
5. Особенности торговли через интернет-магазины.
6. Инновационные технологии в торговле.
7. Роль потребительской кооперации в реализации Государственной программы возрождения и развития села.

#### 2. Организационная структура торговли

8. Роль и задачи потребительской кооперации в торговом обслуживании населения Республики Беларусь.
9. Организационно-хозяйственные звенья кооперативной торговли Республики Беларусь.
10. Органы руководства и контроля, их функции.

#### 3. Основы организации товародвижения

11. Совершенствование организации процесса товародвижения.
12. Логистический подход к организации процесса товародвижения.
13. Рационализация процесса товародвижения в кооперативной торговле (на примере торговой организации и конкретной товарной группы).
14. Комплексный подход к организации процесса товародвижения.

#### 4. Оптовые торговые организации, их торгово-технологические функции

15. Состояние и перспективы развития оптовой торговли в Республике Беларусь.
16. Развитие и совершенствование оптовой торговли в современных условиях.
17. Особенности развития оптовой торговли в современных условиях хозяйствования.

18. Направления развития оптово-посреднических организаций в торговле.
19. Виды оптовых организаций Республики Беларусь и их роль в товародвижении.
20. Особенности оптовых организаций и факторы, влияющие на их размещение.
21. Оптовая торговля потребительской кооперации Республики Беларусь и перспективы ее развития.
22. Основные формы оптовой торговли и виды оптовых организаций.
23. Организационное построение и размещение оптовых торговых организаций (баз).
24. Современные форматы оптовой торговли.

## **5. Товарные склады, их устройство и основы технологических планировок**

25. Складское хозяйство в торговле и эффективность его использования (на примере конкретной организации).
26. Современные виды складов и пути совершенствования складского хозяйства Республики Беларусь (на примере конкретной организации).
27. Магазины-склады по мелкооптовой торговле типа «Кэш энд Керри» как элемент рыночной инфраструктуры.
28. Организация складского хозяйства и направления его совершенствования.
29. Современное состояние складского хозяйства в торговле.
30. Состояние и задачи развития складского хозяйства потребительской кооперации.
31. Развитие складов и определение оптимального их размещения в регионе.
32. Определение потребности в складской площади и емкости.
33. Устройство и планировка склада (на примере конкретной организации).

## **6. Технология складских операций**

34. Организация и технология складских операций (на примере конкретной организации).
35. Организация технологического процесса и взаимосвязь с устройством и планировкой оптового склада.
36. Содержание технологического процесса на складе и принципы его рациональной организации.
37. Разработка технологической планировки склада (на конкретном примере или условных цифрах).
38. Факторы, влияющие на содержание и качество складского технологического процесса.
39. Пути повышения эффективности работы склада.
40. Основные направления совершенствования технологических процессов на складах.
41. Оптимизация складского технологического процесса.
42. Совершенствование входного контроля за поступлением товаров на склад.
43. Организация приемки товаров на складе.
44. Организация хранения товаров на складах и пути его совершенствования.

## **7. Управление технологическими процессами на складах**

45. Сущность и содержание управления складскими технологическими процессами.
46. Организация управления операциями технологического процесса на складах.
47. Моделирование и регламентирование технологических процессов на складах.

## **8. Тара и тарные операции**

48. Роль организации тарооборота в решении проблемы ресурсосбережения.
49. Использование современных видов тары и упаковки товаров.
50. Перспективные направления развития тары и упаковки для отдельных видов продовольственных товаров.
51. Организация оборота тары (для конкретного субъекта).
52. Повышение эффективности работы с тарой.

## **9. Организация внутриреспубликанских перевозок грузов**

53. Организация перевозок грузов железнодорожным транспортом в Республике Беларусь.
54. Правовое регулирование железнодорожных перевозок и ответственность железной дороги и клиентуры по перевозкам грузов в Республике Беларусь.
55. Организация перевозок грузов автомобильным транспортом в Республике Беларусь.

56. Оформление автомобильных перевозок, ответственность перевозчика и заказчика.
57. Прогрессивные технологии перевозки товаров.
58. Приоритетные направления развития транспортной отрасли Белкоопсоюза.

## **10. Международные перевозки грузов**

59. Организация международных автомобильных перевозок грузов.
60. Международные железнодорожные перевозки грузов.
61. Страхование при международных перевозках грузов.

## **11. Технология товароснабжения розничной торговой сети**

62. Организация товароснабжения розничной торговой сети.
63. Совершенствование централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть (на примере райпо).
64. Технология работы экспедиционного склада (на примере оптовой организации, производственного предприятия).
65. Совершенствование товароснабжения розничной торговой сети хлебом и хлебобулочными изделиями.

## **12. Розничная торговая сеть**

66. Розничная торговая сеть как составная часть материально-технической базы розничной торговли.
67. Типизация торговой сети как элемент управления розничной торговой сетью потребительской кооперации.
68. Специализация торговой сети.
69. Передвижная розничная сеть потребительской кооперации, ее роль в обслуживании сельских жителей.
70. Роль мелкорозничной торговой сети в торговом обслуживании населения.
71. Интернет-магазин как современная форма организации розничной торговли.
72. Состояние и тенденции развития розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь.
73. Состояние и перспективы развития розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь.
74. Супермаркет – современный формат по торговле продуктами.
75. Гипермаркет – современный формат торговли.
76. Розничные торговые сети – современное направление развития розничной торговли.
77. Розничная торговая сеть как канал продвижения товаров.

## **13. Устройство и основы технологических планировок магазинов**

78. Совершенствование технологической планировки торгового зала магазина (на примере конкретного розничного торгового объекта).
79. Разработка технологической планировки магазина (с указанием типа магазина и его торговой площади).

## **14. Организация и технология работы магазина**

80. Организация и технология работы универсама.
81. Организация и технология работы супермаркета.
82. Организация и технология работы магазина «Продукты».
83. Организация и технология работы магазина «Промтовары».
84. Организация и технология работы магазина «Универмаг».
85. Организация и технология работы магазина «Минимаркет».

## **15. Организация и технология розничной продажи и обслуживания покупателей**

86. Формы организации розничной торговли (по выбору).
87. Развитие форм организации розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь.
88. Состояние и направления развития фирменной торговли в Республике Беларусь.
89. Организация торговли на рынках в Республике Беларусь (на примере отдельных рынков конкретного населенного пункта).
90. Методы розничной продажи товаров.
91. Организация и направления развития услуг для покупателей в розничной торговой сети (на примере отдельных торговых объектов конкретного населенного пункта).
92. Организация и правила ведения розничной торговли на территории Республики Беларусь (на примере отдельных торговых объектов конкретного населенного пункта).
93. Организация контроля за работой розничных торговых объектов (на примере отдельных торговых объектов конкретного населенного пункта).
94. Повышение культуры обслуживания в розничных торговых объектах (на примере отдельных торговых объектов конкретного населенного пункта).
95. Качество торгового обслуживания населения и пути его повышения (на примере отдельных торговых объектов конкретного населенного пункта).
96. Организация защиты прав потребителей в Республике Беларусь и за рубежом.
97. Использование мерчандайзинга при организации розничной продажи продовольственных товаров (на примере отдельных торговых объектов конкретного населенного пункта).
98. Прогрессивные методы розничной продажи товаров и их социально-экономическое значение.
99. Перспективы развития внемагазинных и активных форм торговли в Гомельском облпотребсоюзе.
100. Организация торгового обслуживания покупателей в современных условиях (на примере торгового объекта).

## **16. Механизация и автоматизация технологических процессов на складах и в магазинах**

101. Механизация и автоматизация торгово-технологических процессов в оптовой торговле (на примере конкретной организации).
102. Механизация и автоматизация торгово-технологических процессов в розничной торговле (на примере конкретной организации).
103. Механизация труда в розничной торговле.
104. Автоматизация складских операций.
105. Складское оборудование и пути повышения эффективности его использования.
106. Оборудование товарных складов и пути повышения эффективности его использования (на примере организации, предприятия, склада).
107. Техническое обеспечение складского технологического процесса.
108. Механизация и автоматизация торгово-технологических процессов в розничной торговле (на примере торговой организации).
109. Механизация технологических процессов на складах.
110. Механизация труда в розничной торговле.
111. Автоматизация складских операций.

## **17. Торговое оборудование**

112. Современное оборудование для механизации и автоматизации трудоемких операций в торговле.
113. Оптимизация и рационализация товародвижения на основе контейнеризации и типизации тары.
114. Современное торговое холодильное оборудование.
115. Современное весоизмерительное оборудование в торговле.
116. Современное оборудование для расчетов с покупателями.
117. Современное оборудование для защиты от несанкционированного выноса товара.
118. Повышение эффективности использования торгового оборудования в розничных торговых объектах (на примере розничной торговой организации).

## **18. Организация труда в торговле**

119. Научная организация труда и ее основные направления.
120. Организация и нормирование труда в магазине.

121. Улучшение условий труда в магазине.
122. Принципы организации труда в магазине и пути повышения ее эффективности.
123. Внедрение принципов научной организации труда в магазине.
124. Организация труда на складах.

## **ПРИМЕРНЫЕ ПЛАНЫ КУРСОВЫХ РАБОТ**

### **Тема: Электронная торговля: состояние и проблемы развития в Республике Беларусь**

Введение.

1. Сущность электронной торговли.
2. Анализ состояния развития электронной торговли в Республике Беларусь.
3. Зарубежный опыт электронной торговли.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Инновационные технологии в торговле**

Введение.

1. Роль и значение инноваций в торговле.
2. Современные инновационные технологии в торговле зарубежных стран и Республики Беларусь.
3. Перспективные направления развития инновационных технологий в торговле зарубежных стран и Республики Беларусь.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Роль и задачи потребительской кооперации в торговом обслуживании населения Республики Беларусь**

Введение.

1. Обеспечение населения торговыми площадями на уровне социального стандарта.
2. Совершенствование технологий торговых процессов.
3. Оснащение магазинов торговым оборудованием.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Роль потребительской кооперации в реализации Государственной программы возрождения и развития села**

Введение.

1. Цель программы.
2. Задачи потребительской кооперации в реализации Государственной программы возрождения и развития села.
3. Результаты и проблемы реализации Государственной программы возрождения и развития села.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Комплексный подход к организации процесса товародвижения**

Введение.

1. Сущность и содержание процесса товародвижения и факторы, его определяющие.
2. Анализ сложившейся системы процесса товародвижения.
  - 2.1. Характеристика участников процесса товародвижения.
  - 2.2. Оценка каналов товародвижения.

3. Выбор оптимального варианта товародвижения и пути его совершенствования.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Совершенствование организации процесса товародвижения**

Введение.

1. Роль и значение процесса товародвижения.

2. Факторы, влияющие на организацию процесса товародвижения.

3. Характеристика участников технологической цепи товародвижения.

4. Звенность и формы процесса товародвижения.

5. Пути совершенствования организации процесса товародвижения и оценка ее эффективности.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Рационализация процесса товародвижения в кооперативной торговле (на примере торговой организации и конкретной товарной группы)**

Введение.

1. Проблемы рационализации процесса товародвижения в кооперативной торговле.

2. Принципы рациональной организации процесса товародвижения.

3. Оценка организационных условий процесса товародвижения торговой организации.

4. Анализ существующих схем товародвижения и оценка их эффективности.

5. Современные подходы рационализации процесса товародвижения.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Логистический подход к организации процесса товародвижения**

Введение.

1. Роль и значение логистики в организации товародвижения.

2. Проблемы создания товаропроводящих логистических систем.

3. Сравнительный анализ традиционного и логистического подходов к управлению материальными потоками в товародвижении.

4. Создание условий к применению логистического подхода в организации процесса товародвижения.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Состояние и перспективы развития оптовой торговли в Республике Беларусь**

Введение.

1. Роль и значение оптовой торговли в современных условиях хозяйствования.

2. Изучение современного состояния развития оптовой торговли в Республике Беларусь.

3. Основные направления совершенствования оптовой торговли.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Виды оптовых организаций Республики Беларусь и их роль в товародвижении**

Введение.

1. Роль и функции оптовой торговли в распределении товаров.

2. Виды организаций оптовой торговли в Республике Беларусь.



3. Типовые формы организации предприятий оптовой торговли.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Оптовая торговля потребительской кооперации  
и перспективы ее развития**

Введение.

1. Становление и организация оптовой торговой деятельности потребительской кооперации.
  2. Анализ состояния оптовой торговли потребительской кооперации в современных условиях.
  - 2.1. Оптовая торговля потребительской кооперации, ее организационные формы и структура в современных условиях.
  - 2.2. Экономическая характеристика состояния оптовой торговли потребительской кооперации.
  3. Направления развития оптовой торговли потребительской кооперации Республики Беларусь.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Основные формы оптовой торговли и виды оптовых  
организаций**

Введение.

1. Роль и назначение оптовой торговли в распределении товаров.
  - 1.1. Сущность оптовой торговли.
  - 1.2. Функции и задачи оптовых предприятий.
  2. Основные формы оптовой торговли и виды оптовых предприятий.
  - 2.1. Виды оптовой торговли.
  - 2.2. Основные виды оптовых предприятий в системе хозяйственных отношений.
  3. Современное состояние и перспективы развития оптовой торговли Республики Беларусь.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Современные форматы оптовой торговли**

Введение.

1. Изучение опыта развития форматов оптовой торговли в развитых странах.
  2. Специфика правового регулирования и перспективы развития форматов оптовой торговли в Республике Беларусь.
  3. Перспективы развития форматов оптовой торговли.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Складское хозяйство в торговле и эффективность  
его использования (на примере конкретной  
организации)**

Введение.

1. Роль и место складов в организации функционирования оптовой торговли.
  2. Состояние складского хозяйства.
  3. Пути совершенствования работы складского хозяйства на современном этапе.
  4. Определение критериев эффективности функционирования склада и его основных параметров.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Современные виды складов и пути совершенствования складского хозяйства Республики Беларусь (на примере конкретной организации)**

Введение.

1. Товарный склад как основная функциональная единица организации оптовой торговли.
2. Основные факторы, влияющие на эффективность использования складского хозяйства.
  - 2.1. Основные группы помещений общетоварного склада, их расположение и взаимосвязь.
  - 2.2. Технологическая планировка и зонирование склада.
  - 2.3. Торгово-технологическое оборудование склада.
3. Пути совершенствования складского хозяйства.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Состояние и задачи развития складского хозяйства потребительской кооперации**

Введение.

1. Роль и задачи складов в процессе товародвижения.
2. Состояние складского хозяйства потребительской кооперации.
3. Техничко-экономические показатели работы складов.
4. Основные направления совершенствования складского хозяйства и повышение эффективности его использования.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Устройство и планировка склада (на примере организации или предприятия)**

Введение.

1. Функциональное назначение складов и факторы, влияющие на их устройство и планировку.
2. Техничко-экономические показатели работы склада.
3. Типы складских зданий и их устройство.
4. Виды складских помещений, их технологическая планировка и направления ее рационализации.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Организация и технология складских операций (на примере конкретной организации)**

Введение.

1. Содержание и принципы организации складского технологического процесса.
2. Организация приемки товаров на складе.
3. Хранение товаров на складах.
4. Организация отпуска товаров со склада.
5. Техничко-экономические показатели работы складов.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Организация технологического процесса и взаимосвязь с устройством и планировкой оптового склада**

Введение.

1. Теоретические аспекты организации технологического процесса и взаимосвязи с планировкой и устройством склада.
  - 1.1. Организация поступления грузов.

- 1.2. Организация хранения товаров.
  - 1.3. Отгрузка товаров оптовым покупателям.
  2. Направления оптимизации технологического процесса оптового склада.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Разработка технологической планировки склада  
(на конкретном примере с указанием типа склада,  
его торговой площади или условных цифрах)**

Введение.

1. Классификация товарных складов.
2. Устройство и планировка склада.
3. Виды складских помещений, их взаимосвязь.
4. Технологическая планировка склада.
5. Расчет площади склада (на конкретном примере).

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Основные направления совершенствования  
технологических процессов на складах**

Введение.

1. Задачи совершенствования технологического процесса на складе.
2. Краткая технико-экономическая характеристика складов организации.
3. Составные элементы технологического процесса складской переработки грузов.
4. Основные пути совершенствования технологического процесса на складах.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Оптимизация складского технологического процесса**

Введение.

1. Основные требования и принципы рациональной организации технологического процесса на складе.
2. Структурный анализ складского процесса.
3. Проектирование технологического процесса на складе.
4. Выбор оптимального варианта складского процесса.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Совершенствование входного контроля за поступлением товаров на склад**

Введение.

1. Задачи входного контроля за поступлением товаров на складах.
2. Краткая организационно-технологическая характеристика склада.
3. Технология разгрузки товаров на складе.
4. Организация и технология приемки товаров по количеству и качеству на складе и пути ее совершенствования.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

## **Тема: Организация приемки товаров на складе**

Введение.

1. Приемка товаров как элемент технологического процесса склада и задачи правильной ее организации.

2. Организация и технология приемки товаров по количеству.

3. Организация и технология приемки товаров по качеству и ее документальное оформление.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

## **Тема: Организация хранения товаров на складах и пути ее совершенствования**

Введение.

1. Задачи рациональной организации хранения товаров на складах.

2. Технология размещения товаров на складах и способы укладки их на хранение.

3. Создание оптимального режима хранения товаров. Пути сокращения товарных потерь.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

## **Тема: Роль организации тарооборота в решении проблемы ресурсосбережения**

Введение.

1. Роль и значение тары и упаковки в процессе товародвижения.

2. Состояние развития производства и потребления тары и упаковки.

3. Организация оборота тары и пути снижения расходов и потерь по таре.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

## **Тема: Использование современных видов тары и упаковки товаров**

Введение.

1. Роль упаковки и тары в торгово-технологическом процессе и требования, предъявляемые к ним.

2. Характеристика современных видов тары и тароупаковочных материалов для отдельных видов продукции (молочной, мясной продукции, хлебобулочных изделий или других товаров).

3. Зарубежный опыт развития тары и упаковки.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

## **Тема: Перспективные направления развития тары и упаковки для отдельных видов продовольственных товаров**

Введение.

1. Роль упаковки и тары в процессе обращения товаров.

2. Характеристика основных видов тары и упаковки для данной товарной группы (молочной продукции, колбасных изделий и др.).

3. Стандартизация, унификация и сертификация тары.

4. Перспективные направления в производстве и использование современных видов тары и упаковки.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

## **Тема: Организация перевозок грузов железнодорожным транспортом в Республике Беларусь**

Введение.

1. Планирование и классификация перевозок грузов.
2. Операции, выполняемые при отправлении грузов.
3. Документальное оформление перевозок.
4. Операции, выполняемые по прибытию грузов в адрес грузополучателя.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

## **Тема: Правовое регулирование железнодорожных перевозок и ответственность железной дороги и клиентуры по перевозкам грузов в Республике Беларусь**

Введение.

1. Нормативные документы, регламентирующие железнодорожные перевозки.
2. Ответственность железной дороги при перевозках грузов.
3. Ответственность клиентов (грузоотправителей, грузополучателей).
4. Документальное оформление ответственности сторон при железнодорожных перевозках.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

## **Тема: Организация международных автомобильных перевозок грузов**

Введение.

1. Правовое обеспечение международных автоперевозок, процедура международной дорожной перевозки (МДП).
2. Общие условия автомобильных перевозок в международном сообщении.
3. Международные перевозки собственным транспортом фирм (предприятий).
4. Права, обязанности и ответственность перевозчика и клиентов (грузоотправителя, грузополучателя) при международных перевозках грузов.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

## **Тема: Международные железнодорожные перевозки грузов**

Введение.

1. Специализированные организации и международные конвенции.
2. Согласование и организация перевозок, оформление перевозочных документов.
3. Организация отправления грузов.
4. Ответственность за сохранность грузов и порядок документального оформления (акта, заявления, претензии).

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

## **Тема: Страхование при международных перевозках грузов**

Введение.

1. Страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств.
2. Медицинское страхование водителей автотранспортных средств на период загранпоездки.
3. Страхование ответственности автоперевозчика грузов, прием застрахованного груза от транспортных субъектов.
4. Страхование транспортных средств (автокаско).
5. Страховые документы.

Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Организация перевозок грузов автомобильным транспортом в Республике Беларусь**

Введение.  
1. Классификация автоперевозок.  
2. Договор перевозки груза.  
3. Операции по отправлению груза.  
4. Порядок выдачи груза получателю.  
Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Оформление автомобильных перевозок, ответственность перевозчика и заказчика**

Введение.  
1. Оформление перевозок автотранспортом.  
2. Расчеты за перевозку.  
3. Ответственность перевозчика.  
4. Ответственность заказчика.  
5. Порядок составления актов претензий, исков.  
Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Прогрессивные технологии перевозки грузов**

Введение.  
1. Организация перевозок грузов в контейнерах.  
2. Перевозки пакетированных грузов.  
3. Эффективность прогрессивных технологий перевозки грузов.  
Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Организация товароснабжения розничной торговой сети**

*Вариант 1*

Введение.  
1. Роль и значение процесса товароснабжения в деятельности розничных торговых объектов.  
2. Характеристика источников товароснабжения розничной торговой сети.  
3. Использование форм и методов товароснабжения.  
4. Прогрессивные технологии товароснабжения.  
Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

*Вариант 2*

Введение.  
1. Сущность, значение и принципы товароснабжения розничной торговой сети.  
2. Факторы, влияющие на организацию товароснабжения, его формы и методы.  
3. Прогрессивные технологии товароснабжения.  
4. Экономическая эффективность прогрессивных технологий товароснабжения.  
Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Совершенствование централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть (на примере райпо)**

Введение.

1. Сущность и роль централизованной доставки товаров и ее развитие.
2. Характеристика розничной торговой сети, обслуживаемой оптовой организацией (предприятием).
3. Организация централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть.
4. Пути совершенствования централизованной доставки товаров.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Технология работы экспедиционного склада (на примере оптовой организации или производственного предприятия)**

Введение.

1. Роль экспедиционного склада в организации товароснабжения розничной торговой сети.
2. Техничко-экономическая характеристика оптовой организации.
3. Оценка технологии работы экспедиционного склада.
  - 3.1. Формирование отгрузочных партий товаров по маршрутам.
  - 3.2. Документальное оформление операций в экспедиционном складе.
  - 3.3. Отпуск товаров в розничную торговую сеть.
4. Совершенствование технологии работы экспедиционного склада.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Совершенствование товароснабжения розничной торговой сети хлебом и хлебобулочными изделиями (на примере райпо)**

Введение.

1. Роль и значение процесса товароснабжения в деятельности розничных торговых объектов.
2. Характеристика розничной торговой сети райпо.
3. Источники и методы товароснабжения розничной торговой сети хлебом и хлебобулочными изделиями.
4. Направления совершенствования товароснабжения хлебом и хлебобулочными изделиями розничной торговой сети райпо.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Розничная торговая сеть как составная часть материально-технической базы розничной торговли**

Введение.

1. Понятие розничной торговой сети, краткая характеристика ее видов.
2. Типизация и специализация розничной торговой сети как элементы управления розничной торговой сетью.
3. Подходы к размещению розничной торговой сети.
4. Оценка эффективности использования розничной торговой сети.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Типизация торговой сети как элемент управления розничной торговой сетью потребительской кооперации**

Введение.

1. Понятие типизации магазинов, ее роль в повышении качества обслуживания населения.
2. Понятия «тип магазина», «формат торговли» и факторы, их определяющие.

- 2.1. Номенклатура типов магазинов потребительской кооперации, их характеристика и размещение.
  - 2.2. Понятие «формат торговли», характеристика форматов торговли, используемых в мировой практике розничной торговли.
  3. Современные направления развития и размещения типов магазинов потребительской кооперации.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

### **Тема: Специализация торговой сети**

Введение.

1. Понятие и значение специализации розничной торговой сети.
2. Формы и показатели специализации магазинов.
3. Современные направления специализации розничной торговой сети.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Передвижная розничная сеть потребительской кооперации, ее роль в обслуживании сельских жителей**

Введение.

1. Понятие передвижной розничной торговой сети, характеристика отдельных видов, современные тенденции развития.
2. Состояние передвижной торговой сети потребительской кооперации.
3. Организация работы автомагазина как основного вида передвижной торговой сети потребительской кооперации.
  - 3.1. Формирование ассортимента товаров в автомагазинах.
  - 3.2. Организация розничной продажи товаров и обслуживания населения через автомагазины.
4. Направления развития передвижной торговли потребительской кооперации, оценка ее результативности.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Роль мелкорозничной торговой сети в торговом обслуживании населения**

Введение.

1. Понятие мелкорозничной торговой сети, характеристика основных видов.
2. Организация розничной торговли и обслуживания покупателей через мелкорозничную торговую сеть, ее регулирование.
3. Состояние и тенденции развития мелкорозничной торговой сети потребительской кооперации.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Интернет-магазин как современная форма организации розничной торговли**

Введение.

1. Понятие электронной торговли, ее конкурентные преимущества, возможности и проблемы развития.
2. Организация работы интернет-магазина, ее правовое регулирование.
3. Состояние розничной торговли через интернет-магазины в Республике Беларусь, тенденции ее развития.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.



**Тема: Состояние и тенденции развития розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь**

Введение.

1. Розничная торговая сеть: понятие, характеристика отдельных видов, типизация, специализация, современные форматы торговли.
  2. Состояние розничной торговой сети потребительской кооперации.
  3. Современные тенденции развития розничной торговой сети потребительской кооперации.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Состояние и перспективы развития розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь**

Введение.

1. Виды розничной торговой сети, их характеристика.
  2. Состояние розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь.
  3. Перспективы развития розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь и повышение эффективности ее использования.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Розничные торговые сети – современное направление развития розничной торговли**

Введение.

1. Сетевой принцип развития розничной торговли: понятие, отличительные особенности, формы организации.
  2. Опыт создания и стратегии развития крупнейших зарубежных розничных торговых сетей.
  3. Состояние и возможности развития розничных торговых сетей в Республике Беларусь.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Супермаркет – современный формат розничной торговли**

Введение.

1. Современные форматы торговли как приоритетная форма развития розничной торговли в условиях рыночной экономики.
  2. Состояние и тенденции развития супермаркетов в Республике Беларусь.
  3. Перспективы развития супермаркетов, как современных форматов торговли продовольственными товарами в мировой практике.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Гипермаркет – современный формат торговли**

Введение.

1. Особенности и отличительные черты гипермаркета как современного формата торговли.
  2. Состояние и развитие гипермаркетов в Республике Беларусь.
  3. Перспективы развития гипермаркетов как современных форматов торговли в Республике Беларусь и в мировой практике.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Совершенствование технологической планировки торгового зала магазина (на примере конкретного розничного торгового объекта)**

Введение.

1. Основы разработки технологических планировок торговых залов магазинов.
2. Анализ технологической планировки торгового зала магазина.
3. Рекомендации по совершенствованию технологической планировки торгового зала магазина.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Разработка технологической планировки магазина (с указанием типа магазина и его торговой площади)**

Введение.

1. Понятие технологической планировки магазина. Классификация торговых зданий.
2. Требования, предъявляемые к устройству и оформлению магазинов.
3. Состав помещений магазина, их взаимосвязь.
4. Расчет площади магазина (название, тип).
5. Разработка технологической планировки магазина (название, тип).

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Состояние и направления развития фирменной торговли в Республике Беларусь**

Введение.

1. Понятие фирменного магазина и фирменной секции. Требования, задачи и функции фирменных магазинов и секций. Законодательные акты, регламентирующие развитие и организацию фирменной торговли на территории Республики Беларусь.
2. Состояние фирменной торговли в Республике Беларусь.
3. Направления развития и совершенствования фирменной торговли в Республике Беларусь.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Организация торговли на рынках в Республике Беларусь (на примере отдельных рынков конкретного населенного пункта)**

Введение.

1. Торговля на рынке: понятие, организация торговли, классификация рынков. Законодательный акт, регламентирующий торговлю на рынках на территории Республики Беларусь.
2. Развитие торговли на рынках в Республике Беларусь.
3. Направления совершенствования торговли на рынках в Республике Беларусь.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

**Тема: Методы розничной продажи товаров**

Введение.

1. Методы розничной продажи товаров: понятие и сравнительная характеристика.
2. Оценка эффективности используемых методов продажи товаров.
3. Анализ развития прогрессивных методов продажи товаров в Республике Беларусь.
4. Направления развития и совершенствования методов розничной продажи в Республике Беларусь.

Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Организация и направления развития услуг для покупателей в розничной торговой сети (на примере отдельных торговых объектов конкретного населенного пункта)**

Введение.

1. Понятие и природа услуг, оказываемых покупателям в розничной торговой сети.
2. Классификация и характеристика отдельных видов услуг в торговле.
3. Развитие услуг в торговле Республики Беларусь.
4. Направления совершенствования организации и развития услуг для покупателей в розничной торговой сети.

Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Организация контроля за работой розничных торговых объектов (на примере отдельных торговых объектов конкретного населенного пункта)**

Введение.

1. Сущность, роль, виды контроля за работой торговых объектов.
2. Характеристика нормативных и законодательных актов, определяющих организацию контроля за работой розничных торговых объектов на территории Республики Беларусь.
3. Порядок ведения книг замечаний и предложений, учета проверок (ревизий), санитарного журнала.
4. Особенности осуществления контроля за торговыми объектами в системе потребительской кооперации Республики Беларусь.
5. Проведение наблюдения за организацией розничной торговли в отдельных торговых объектах исследуемого населенного пункта.

Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Повышение культуры обслуживания в розничных торговых объектах (на примере отдельных торговых объектов конкретного населенного пункта)**

Введение.

1. Сущность и содержание культуры торгового обслуживания.
2. Оценка культуры торгового обслуживания.
3. Проведение оценки культуры торгового обслуживания в отдельных розничных торговых объектах исследуемого населенного пункта.
4. Направления повышения культуры торгового обслуживания покупателей в отдельных розничных торговых объектах исследуемого населенного пункта.

Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Качество торгового обслуживания населения и пути его повышения (на примере отдельных торговых объектов конкретного населенного пункта)**

Введение.

1. Качество торгового обслуживания: сущность, содержание и проблемы его повышения в современных условиях.
2. Оценка качества торгового обслуживания населения.
3. Проведение оценки качества торгового обслуживания в отдельных розничных торговых объектах исследуемого населенного пункта.

4. Направления повышения качества торгового обслуживания покупателей в отдельных розничных торговых объектах исследуемого населенного пункта.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Прогрессивные методы розничной продажи товаров и их социально-экономическое значение**

#### *Вариант 1*

Введение.

1. Сущность и значение прогрессивных методов продажи товаров в современных условиях.

2. Состояние и развитие прогрессивных методов розничной продажи товаров.

2.1. Состояние розничной торговой сети Республики Беларусь, развитие магазинов самообслуживания.

2.2. Анализ факторов, влияющих на выбор методов розничной продажи товаров, в том числе на выбор прогрессивных методов (на примере конкретного торгового объекта).

2.3. Характеристика прогрессивных методов розничной продажи товаров, используемых в исследуемом торговом объекте.

2.4. Оценка социально-экономической эффективности прогрессивных методов розничной продажи товаров, используемых в исследуемом торговом объекте.

3. Перспективные направления развития прогрессивных методов розничной продажи товаров в исследуемом торговом объекте.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

#### *Вариант 2*

Введение.

1. Прогрессивные методы продажи товаров, как основа эффективной организации технологического процесса в магазине.

2. Состояние и развитие прогрессивных методов розничной продажи товаров в системе потребительской кооперации.

3. Социально-экономическая эффективность самообслуживания.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Организация торгового обслуживания покупателей в современных условиях (на примере торгового объекта)**

Введение.

1. Роль торгового обслуживания покупателей, как фактор конкурентоспособности торгового обслуживания.

2. Принципиальная схема технологического процесса торгового обслуживания (методом самообслуживания) покупателей.

3. Совершенствование торгового обслуживания покупателей.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Механизация и автоматизация торгово-технологических процессов в оптовой торговле (на примере склада)**

Введение.

1. Механизация и автоматизация торгово-технологических процессов: сущность, их оценка в современных условиях.

2. Классификация и характеристика отдельных видов оборудования, используемого для механизации и автоматизации торгово-технологических процессов на складах оптовых организаций.

3. Перспективные схемы механизации и автоматизации торгово-технологических процессов на складах оптовых организаций.

4. Оценка уровня механизации и автоматизации складских процессов на исследуемом складе.
  5. Схема механизации и автоматизации торгово-технологических процессов на исследуемом складе и ее совершенствование.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Оборудование товарных складов и пути повышения эффективности его использования (на примере организации, предприятия, склада)**

*Вариант 1*

- Введение.
1. Задачи оснащения складов оборудованием, современные виды оборудования.
  2. Техничко-экономическая характеристика складов торговой организации.
  3. Оснащенность складов технологическим оборудованием для хранения товаров и эффективность его использования.
  4. Оснащенность складов подъемно-транспортным оборудованием и эффективность использования механизмов.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

*Вариант 2*

- Введение.
1. Назначение технологического оборудования складов и требования, предъявляемые к нему.
  2. Техничко-экономическая характеристика склада организации.
  3. Виды подъемно-транспортного оборудования, оборудования для хранения товаров и оснащенность ими складов.
  4. Эффективность использования оборудования и механизмов, пути ее повышения на складах.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Механизация и автоматизация торгово-технологических процессов в розничной торговле (на примере торговой организации)**

- Введение.
1. Механизация и автоматизация торгово-технологических процессов: сущность, их оценка в современных условиях.
  2. Классификация и характеристика отдельных видов оборудования, используемого для механизации и автоматизации торгово-технологических процессов в розничных объектах.
  3. Перспективные схемы механизации и автоматизации торгово-технологических процессов в розничных объектах.
  4. Оценка уровня механизации и автоматизации торгово-технологических процессов в исследуемом розничном торговом объекте.
  5. Схема механизации и автоматизации торгово-технологических процессов в исследуемом розничном торговом объекте и ее совершенствование.
- Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

**Тема: Механизация труда в розничной торговле**

- Введение.
1. Принципы комплексной механизации погрузочно-разгрузочных и транспортных работ в розничной торговле.
  2. Внедрение прогрессивных схем грузопотоков в розничных торговых объектах. Современные виды оборудования для механизации работ.

3. Техничко-экономическое обоснование выбора подъемно-транспортного оборудования для механизации работ в магазинах.

4. Разработка схемы механизации и обоснование выбора подъемно-транспортного оборудования для торгового объекта (на условных данных).

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Автоматизация складских операций**

Введение.

1. Сущность автоматизации складских операций, предпосылки ее внедрения, оценка уровня автоматизации.

2. Принципиальная схема работы автоматизированного склада.

3. Классификация и характеристика оборудования для автоматизации складских операций.

4. Современные решения автоматизации складских операций, их характеристика.

5. Перспективы и тенденции развития автоматизированных складов.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Современное оборудование для механизации и автоматизации трудоемких операций в торговле**

Введение.

1. Понятие погрузочно-разгрузочных процессов в торговле. Комплексная механизация и автоматизация трудоемких операций в торговле.

2. Современные виды грузоподъемного оборудования, используемого в торговле.

3. Современные виды транспортирующих машин, механизмов и погрузочно-разгрузочного оборудования.

4. Робототехническое оборудование для перемещения товаров.

5. Расчет экономической эффективности внедрения комплексной механизации и автоматизации технологических процессов.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Оптимизация и рационализация товародвижения на основе контейнеризации и типизации тары**

Введение.

1. Преимущества организации товародвижения на основе контейнеризации и тары-оборудования.

2. Классификация и характеристика отдельных видов контейнеров.

3. Классификация и характеристика отдельных видов тары-оборудования.

4. Разработка и обоснование схем товародвижения с применением контейнеров и тары-оборудования.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Современное торговое холодильное оборудование**

Введение.

1. Применение искусственного холода в торговле, перспективы роста оснащенности организаций торговли холодильным оборудованием.

2. Требования, предъявляемые к холодильному оборудованию для хранения, демонстрации и продажи товаров. Особенности установки и эксплуатации холодильного оборудования.

3. Классификация торгового холодильного оборудования, характеристика отдельных видов.

4. Выносное и централизованное холодоснабжение торгового оборудования: сущность, преимущества, организация.

5. Современные тенденции производства и использования торгового холодильного оборудования.

Заключение.  
Список использованных источников.  
Приложения.

### **Тема: Современное оборудование для расчетов с покупателями**

Введение.

1. Классификация технических средств, используемых для расчета с покупателями, учета товаров и денежных поступлений.
2. Классификация современных кассовых суммирующих аппаратов, характеристика отдельных видов.
3. Специальные компьютерные системы, их функции и особенности эксплуатации.
4. Платежные терминалы. Организация безналичных расчетов в торговле.
5. Современные тенденции производства и использования оборудования для расчетов с покупателями.

Заключение.

Список использованных источников.  
Приложения.

### **Тема: Современное оборудование для защиты от несанкционированного выноса товара**

Введение.

1. Способы охраны, их преимущества и недостатки.
2. Современное оборудование для наблюдения и записи видео- и аудиоинформации, характеристика отдельных видов.
3. Современное противокражное оборудование торговых залов магазинов, характеристика отдельных видов.
4. Системы сигнализации и простейшие средства защиты.
5. Методика расчета потребности торговой организации в оборудовании и расходных материалах.

Заключение.

Список использованных источников.  
Приложения.

### **Тема: Повышение эффективности использования торгового оборудования в розничных торговых объектах (на примере розничной торговой организации)**

Введение.

1. Классификация торгового оборудования, применяемого в объектах розничной торговли.
2. Состояние и перспективы развития технической оснащенности розничных торговых объектов.
3. Наличие и состояние торгового оборудования в объектах розничной торговли исследуемой торговой организации.
4. Организация технического оснащения и сервисного обслуживания торгового оборудования в исследуемой торговой организации.
5. Эффективность использования торгового оборудования в объектах розничной торговли исследуемой торговой организации и направления ее повышения.

Заключение.

Список использованных источников.  
Приложения.

### **Тема: Организация труда на складах**

Введение.

1. Сущность и задачи рациональной организации труда на складах.
2. Организационно-экономическая характеристика организации.
3. Структура аппарата на складах и функции его работников.
4. Организация труда складских работников. Направления ее совершенствования и повышения эффективности использования трудовых ресурсов.

Заключение.

Список использованных источников.  
Приложения.

### **Тема: Улучшение условий труда в магазине**

Введение.

1. Особенности труда работников торговли и задачи его организации в магазине.
2. Психологические основы труда продавцов.
3. Режим труда и отдыха работников магазина.
4. Организация рабочего места продавца.
5. Направления улучшения условий труда в магазинах.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Принципы организации труда в магазине и пути повышения его эффективности**

Введение.

1. Содержание организации труда. Особенности труда работников торговли.
2. Принципы организации труда. Формы разделения труда, совмещение профессий и специальностей.
3. Изучение рабочего времени и техники работы продавцов.
4. Производительность труда продавцов и пути ее повышения.
5. Передовые методы труда. Разработка и внедрение мероприятий по организации труда.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

### **Тема: Внедрение принципов научной организации труда в магазине**

Введение.

1. Разделение труда, оптимизация совмещения специальностей и функций в магазине.
2. Организация труда продавцов. Совершенствование приемов и методов труда.
3. Улучшение условий труда.
4. Оптимизация режима работы магазина и уменьшение потерь рабочего времени продавцов.

Заключение.

Список использованных источников.

Приложения.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО НАПИСАНИЮ ОТДЕЛЬНЫХ ТЕМ КУРСОВЫХ РАБОТ**

Написание курсовой работы студент начинает с введения и основной части на основе анализа литературных источников и практического материала. Необходимо правильно разграничить основную часть и приложения. Все составные части работы должны быть правильно оформлены, последовательно располагаться, раскрывая тему исследования.

Курсовая работа должна соответствовать следующим требованиям: целевая направленность, четкость построения, логическая последовательность изложения материала, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций.

Во *введении* курсовой работы на двух-трех страницах необходимо обосновать актуальность выбранной темы. После этого следует сформулировать цель и задачи исследования, определить ее основные этапы.

При определении цели и задач исследования необходимо правильно их сформулировать. Так, при формулировке цели следует избегать использования глагола «сделать» – необходимо употреблять глаголы «раскрыть», «определить», «установить», «показать» и т. д. Цель исследования, как правило, отражена в названии заключительной главы работы. Задачи исследования – это все те основные этапы исследования, которые способствуют достижению цели. Они указываются в плане курсовой работы. Затем необходимо указать период, за который анализируются данные, использованные в работе (например, «В курсовой работе проведен анализ развития торговли Республики Беларусь за 1990–2006 гг.»).

Далее указывается теоретическая, методологическая и информационная база, на основе которой выполняется курсовая работа (например, «При написании курсовой работы были использованы труды отечественных авторов: С. Н. Виноградовой, Е. И. Данилова, В. Н. Платонова ...»), называются основные методы исследования и обработки практического материала. Труды указанных авторов должны быть перечислены в списке использованных источников.



Студент должен кратко обосновать структуру исследования, привести информацию об объеме работы, количестве таблиц, рисунков, схем, диаграмм, приведенных в работе.

*Основная часть* курсовой работы состоит из трех-четырёх (пяти) глав, которые могут делиться на параграфы (разделы).

Необходимо учесть, что в названии отдельных тем и глав курсовой работы, где указывается исследуемый торговый объект (организация, райпо, склад, магазин), нужно указывать его наименование (название).

В начале *главы 1* даются определения основных терминов по изучаемой теме, прослеживается развитие избранной проблемы. В конце данной главы (как и по всем остальным разделам) дается резюме, где в кратком, сжатом виде излагаются ее ключевые положения. Объем резюме обычно не превышает 0,5 страницы.

Курсовая работа носит учебно-исследовательский характер и в то же время должна опираться на новейшие достижения науки в своей сфере. Поэтому не следует сводить курсовую работу к переписыванию страниц использованных источников. Теоретический материал для наглядности целесообразно представить схемами, рисунками, диаграммами.

*Главы 2–3* являются аналитическими, должны содержать исследование проблемы и основываться на достоверной и полной информации об исследуемом предмете, содержащейся в статистической отчетности. Данные таблиц должны анализироваться и заканчиваться выводами. Таблицы более страницы необходимо оформлять в виде приложений.

Применение всех совершенных способов и приемов анализа позволит провести правильное, грамотное изучение темы курсовой работы и сделать логически обоснованные выводы, дать предложения и практические рекомендации.

*Заключение* курсовой работы оформляется на двух-трех страницах. Здесь логически последовательно, в виде тезисов, излагаются теоретические и практические выводы, к которым пришел студент в результате исследования.

Данная часть работы характеризует степень и качество выполнения поставленной перед студентом задачи. Выводы формулируются исходя из следующей схемы: задачи курсовой работы, методы и средства их решения, характер полученных в работе результатов. При этом должны последовательно обобщаться материалы всех глав курсовой работы и даваться рекомендации.

### **Тема: Оптовая торговля потребительской кооперации и перспективы ее развития**

В *главе 1* должно быть отражено современное понимание рассматриваемого вопроса, при этом характер изложения не должен быть сугубо описательным. Студент должен дать определение понятию «оптовая торговля», указать на необходимость оптовой торговли, изучить нормативные документы, регулирующие отношения в сфере оптовой торговли, основные принципы и меры регулирования оптовой торговой деятельности. Далее необходимо отразить опыт развития оптовой торговли потребительской кооперации в предыдущие десятилетия и на современном этапе, провести сравнительную характеристику состояния оптовой торговли потребительской кооперации Республики Беларусь и стран ближнего зарубежья на современном этапе развития.

Следует соблюдать логику изложения материала: одно положение должно вытекать из другого, не следует возвращаться к ранее рассматриваемым вопросам.

В *главе 2* изучаются оптовые организации и предприятия по месту в процессе товародвижения, дается их характеристика; характеризуются организационные формы и структуры оптовой торговли потребительской кооперации в современных условиях (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительная характеристика организационной структуры оптовой торговли потребительской кооперации Республики Беларусь на 01.01.2001 г. и 01.01.2009 г.

Организационные структуры оптовой торговли	Количество, единиц	
	на 01.01.2001 г.	на 01.01.2009 г.
Обособленные оптовые предприятия (филиалы), райпо		
Унитарные оптовые предприятия, райпо		
Унитарные межрайонные оптовые предприятия, в том числе республиканского подчинения		

Далее необходимо провести всесторонний экономический анализ рассматриваемой проблемы на основании собранных статистических данных и практических материалов, используя формы таблиц 2–8. Данные таблиц должны анализироваться и заканчиваться выводами, указывающими на существующее положение дел.

Таблица 2 – Доля оптового товарооборота в системе потребительской кооперации в облпотребсоюзах за 2000–20\_\_ гг.

Облпотребсоюзы	Годы									
	2000		2005		2006		2007		2008 и т. д.	
	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %
Белкоопсоюз										
Брестский										
Витебский										
Гомельский										
Гродненский										
Минский										
Могилевский										

Таблица 3 – Основные показатели деятельности организаций оптовой торговли потребительской кооперации за 2000–20\_\_ гг.

Показатели	Годы					Отклонение (+; -) или темп изменения, %	
	2000	2005	2006	2007	2008 и т. д.	2008 г. к 2000 г.	2008 г. к 2007 г.
1. Число организаций оптовой торговли (на конец года), единиц							
2. Оптовый товарооборот организаций оптовой торговли (в фактически действовавших ценах), млрд р.							
3. Индексы физического объема оптового товарооборота (в сопоставимых ценах), в процентах к предыдущему году							
4. Товарные запасы в оптовой торговле (на конец года): в сумме, млрд р.							
в днях товарооборота							
5. Списочная численность занятых в оптовой торговле (в среднем за год), тыс. чел.							

Таблица 4 – Изменение структуры оптового товарооборота потребительской кооперации за 2000–20\_\_ гг.

Показатели	Годы									
	2000		2005		2006		2007		2008 и т. д.	
	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %
Оптовый товарооборот, всего										
В том числе:										
по продовольственным товарам										
по непродовольственным товарам										

Таблица 5 – Товарные запасы текущего хранения в потребительской кооперации за 2000–20\_\_ гг.

Показатели	Годы									
	2000		2005		2006		2007		2008 и т. д.	
	В сумме, млн р.	В днях	В сумме, млн р.	В днях	В сумме, млн р.	В днях	В сумме, млн р.	В днях	В сумме, млн р.	В днях
Товарные запасы, всего										
В том числе:										
по продовольственным товарам										
по непродовольственным товарам										

Таблица 6 – Товарные запасы текущего хранения в потребительской кооперации в облпотребсоюзах за 2000–20\_\_ гг.

Облпотреб-союзы	Годы									
	2000		2005		2006		2007		2008 и т. д.	
	В сумме, млн р.	В днях	В сумме, млн р.	В днях	В сумме, млн р.	В днях	В сумме, млн р.	В днях	В сумме, млн р.	В днях
Белкоопсоюз										
Брестский										
Витебский										
Гомельский										
Гродненский										
Минский										
Могилевский										

Таблица 7 – Товарооборачиваемость продовольственных и непродовольственных товаров потребительской кооперации в облпотребсоюзах за 2000–20\_\_ гг., дней оборота

Облпотреб-союзы	Годы									
	2000		2005		2006		2007		2008 и т. д.	
	Продовольственные товары	Непродовольственные товары	Продовольственные товары	Непродовольственные товары	Продовольственные товары	Непродовольственные товары	Продовольственные товары	Непродовольственные товары	Продовольственные товары	Непродовольственные товары
Белкоопсоюз										
Брестский										
Витебский										
Гомельский										
Гродненский										
Минский										
Могилевский										

Таблица 8 – Производственные организации системы потребительской кооперации, производящие товары народного потребления в 2000–20\_\_ гг.

Организации	Годы				
	2000	2005	2006	2007	2008 и т. д.
1. Предприятия-изготовители, всего					
В том числе предприятия потребительской кооперации					
2. Оптовые посредники, всего					
В том числе системы потребительской кооперации					

В главе 3 следует представить направления реформирования оптовой торговли в потребительской кооперации.

Курсовая работа завершается краткими выводами и по своей сути содержит материал резюме, которое должно быть оформлено в конце каждого раздела работы.

**Тема: Современные виды складов и пути совершенствования  
складского хозяйства Республики Беларусь  
(на примере конкретной организации)**

В главе 1 должно быть проведено теоретическое исследование одного из основных элементов в цепи товародвижения, основной функциональной единицы организации оптовой торговли – склады оптовых торговых организаций. Необходимо систематизировать понятийный аппарат по теме (например, «товарный склад», «складское хозяйство», «устройство склада», «планировка склада» и др.), определить роль и место товарных складов как основной функциональной единицы организации оптовой торговли на основе изученных литературных источников. Особое внимание следует уделить функциям складов, задачам товарных складов, классификации складов, требованиям, предъявляемым к их устройству.

Далее необходимо проанализировать современные виды складов и их устройство на основании публикаций в средствах массовой информации и научных изданиях, опыт организации работы складов в отечественной и зарубежной практике; выявить основные тенденции развития складского хозяйства в Республике Беларусь и за рубежом; привести для сравнения основные статистические данные со ссылками на информационные источники (данные сгруппировать в самостоятельно разработанные таблицы).

В главе 2 начинается практическое исследование влияния различных факторов на эффективность использования складского хозяйства выбранного объекта исследования.

В параграфе 2.1 следует охарактеризовать здания, в которых находятся склады и помещения складов исследуемого объекта. Состояние складского хозяйства исследуемого объекта можно отразить в рекомендуемой таблице 9.

Таблица 9 – Состояние складского хозяйства \_\_\_\_\_ на 01.01.20\_\_ г.  
(наименование организации)

Наименование складов	Площадь складов, м <sup>2</sup>	Удельный вес полезной площади в общей складской площади организации, %	Объем складов, м <sup>3</sup>	Удельный вес полезного объема в общем складском объеме организации, %

Затем следует охарактеризовать основные группы помещений склада, их расположение и взаимосвязь, представить общие планировки склада исследуемого объекта и устройство помещений основного производственного назначения (операционные), вспомогательных, подсобно-технических, административно-бытовых помещений, площадь связи.

В параграфе 2.2 необходимо охарактеризовать внутреннюю планировку складов исследуемого объекта и структуру технологических зон складов, представить технологические планировки каждого склада исследуемого объекта и проанализировать степень их рациональности. Выводы оформляются в виде самостоятельно разработанной таблицы.

В параграфе 2.3 изучается состояние материально-технической базы организации, характеризуется структура торгово-технологического оборудования, делаются выводы об обеспеченности складов оборудованием (таблица 10).

Затем выполняются расчеты по нормативам обеспеченности торгово-технологическим оборудованием складов организации, обобщаются данные и делаются выводы (в форме таблицы) о нехватке отдельных видов оборудования на каждом складе.

Таблица 10 – Наличие торгово-технологического оборудования  
в \_\_\_\_\_ по состоянию на 01.01.20\_\_ г.  
(наименование организации)

Наименование оборудования	Количество, единиц	Нормы оснащения	Отклонение (+; -)
Немеханическое оборудование: стеллажи			
поддоны и т. д.			
Механическое оборудование: электропогрузчики и т. д.			

В главе 3 даются рекомендации о внедрении мероприятий по совершенствованию складского хозяйства при осуществлении оптовой торговли. Предложения должны охватывать следующие вопросы:

- структуру и назначение складов;
- занятость работающих;
- наличие всех требуемых помещений склада для осуществления оптовой торговой деятельности;
- рациональность структуры имеющихся помещений;
- расположение технологических зон склада;
- планировку склада;
- обеспеченность торгово-технологическим оборудованием.

**Тема: Организация и технология складских операций  
(на примере конкретной организации)**

В главе 1 курсовой работы следует проследить развитие избранной проблемы, особое внимание уделяя специальной литературе. В начале даются определения основных терминов, затем краткий анализ различных теоретических концепций, связанных с развитием данного направления, при этом данный анализ должен носить объективный характер, т. е. должна быть дана как позитивная характеристика той или иной концепции, так и ее недостатки. В главе должно быть отражено современное понимание рассматриваемого вопроса, при этом характер изложения не должен быть сугубо описательным. Следует обратить внимание на расхождение в трактовках вопроса, даваемых различными авторами, и на основе критического обзора имеющихся вариантов обосновать, сравнить разные точки зрения, показать совпадения и расхождения, а также изложить собственную позицию по данному вопросу. При этом нужно соблюдать логику изложения материала, когда одно положение вытекает из другого:

1. Приводится основной теоретический материал (в том числе классификация по различным признакам).

2. Анализируются существующие проблемы по изучаемым аспектам технологии складских операций, приводятся пути решения указанных проблем и указываются перспективные направления развития.

В главе 2 рассматривается работа оптовой торговли по организации приемки товаров на складе. Глава должна содержать исследование проблемы на конкретном примере (оптовой фирмы). В ней следует рассмотреть порядок и этапы работы по организации приемки товаров на складе, а также отдельные подготовительные операции, которые выполняются до прибытия товара на склад. В краткой форме описываются последовательность и особенности приемки товаров от железной дороги или автотранспорта (в соответствии с нормативными документами), рассматривается порядок приемки товаров по количеству и качеству и порядок предъявления поставщику или изготовителю претензий. Необходимо приложить все необходимые документы, которые оформляются при приемке товара на складе.

В данной главе целесообразно использовать формы таблиц 11–16.

Таблица 11 – Поставщики товаров в \_\_\_\_\_ за 20\_\_–20\_\_ гг.  
(наименование организации)

Поставщики	Объем поставок			
	20__ г.		20__ г.	
	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %

В таблице 11 следует перечислить основных оптовых поставщиков товаров по какой-либо товарной позиции.

Таблица 12 – Объем товаров, поставляемых различными видами транспорта  
в \_\_\_\_\_ за 20\_\_–20\_\_ гг.  
(наименование организации)

Вид транспорта	Объем поставок			
	20__ г.		20__ г.	
	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %
Железнодорожный				
Автомобильный				

Таблица 13 – Поставка товаров с различной степенью упаковки  
в \_\_\_\_\_ за 20\_\_–20\_\_ гг.  
(наименование организации)

Товары с различной степенью упаковки	Объем поставок			
	20__ г.		20__ г.	
	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %
Пакетированные				
Непакетированные				

Таблица 14 – Состояние складского хозяйства  
в \_\_\_\_\_ по состоянию на 01.01.20\_\_ г.  
(наименование организации)

Наименование складов	Площадь складов, м <sup>2</sup>	Удельный вес полезной площади в общей складской площади организации, %	Объем складов, м <sup>3</sup>	Удельный вес полезного объема в общем складском объеме организации, %

Таблица 15 – **Наличие торгово-технологического оборудования**  
в \_\_\_\_\_ по состоянию на 01.01.20\_\_ г.  
(наименование организации)

Наименование оборудования	Количество, единиц	Нормы оснащения	Отклонение (+; -)
Немеханическое оборудование: стеллажи			
поддоны и т. д.			
Механическое оборудование: электропогрузчики и т. д.			

В главе 3 рассматривается хранение товаров на складах оптовых торговых организаций. В главе целесообразно выделить и рассмотреть проблемы, с которыми сталкиваются работники складов при размещении, укладке на хранение, охране товаров и отборке товаров с мест хранения. Здесь необходимо выделить и проанализировать способы укладки и размещения товаров на хранение (с приложением соответствующих схем площади склада), наметившиеся в последнее время тенденции по снижению потерь при хранении товаров на складах оптовых организаций. В данной главе непременно рассматриваются применяемые режимы хранения (таблица 16) и их влияние на увеличение или уменьшение товарных потерь на складах, порядок документального оформления списания допустимых (нормируемых) потерь или активирования недопустимых потерь (приложить все необходимые документы, которые оформляются при хранении товаров на складе).

Таблица 16 – **Сравнение фактического и оптимального режимов хранения товаров** в \_\_\_\_\_  
(наименование организации)

Наименование товара	Фактический режим		Оптимальный режим	
	Температура воздуха, °С	Относительная влажность, %	Температура воздуха, °С	Относительная влажность, %
<i>Продовольственные товары</i>				
Бакалейные товары				
Кондитерские изделия и т. д.				
<i>Непродовольственные товары</i>				
Швейные товары				
Игрушки и т. д.				

В главе 4 студент должен отразить работу склада по организации отпуска товаров покупателям. В данной главе рассматривается работа по приему заказов от покупателей, оформлению продажи (отпуска), отборке с мест хранения (ручная, механизированная) и доставке в зону комплектования, подготовке к отпуску, погрузке и отправке товаров покупателям. Далее целесообразно изучить технологию работы зала товарных образцов (таблица 17), экспедиционного склада при его наличии (таблица 18). Приложить все необходимые документы, которые оформляются при организации отпуска товаров.

Таблица 17 – **Покупатели товаров** в \_\_\_\_\_ за 20\_\_–20\_\_ гг.  
(наименование организации)

Товарная группа	20__ г.		20__ г.	
	Количество, единиц	Удельный вес, %	Количество, единиц	Удельный вес, %

Таблица 18 – **Мощность складов** \_\_\_\_\_ за 20\_\_–20\_\_ гг.  
(наименование организации)

Склады	20__ г.		20__ г.	
	Мощность, т	Удельный вес, %	Мощность, т	Удельный вес, %
Склад № 1				
Склад № 2 и т. д.				

Глава 5 курсовой работы посвящена вопросам совершенствования технологической работы склада, анализ которых был проведен в предыдущих главах. Студенту требуется всесторонне обосновать и охарактеризовать рекомендуемые предложения, а также подтвердить их соответствующими расчетами. При этом следует использовать современный отечественный и зарубежный опыт в этом направлении. Целесообразность внедрения того или иного предложения должна быть аргументирована. В процессе написания главы следует обращать внимание на реальность предлагаемых путей совершенствования.

## **Тема: Роль организации тарооборота в решении проблемы ресурсосбережения**

В *главе 1* необходимо раскрыть значение тары в деле рационального использования ресурсов в производстве и торговле, ее функции. На производство тары расходуется огромное количество самых разнообразных материалов. Резкое подорожание этих материалов в современных условиях требует от работников промышленности, транспорта, торговли разумного подхода к выбору сырья для изготовления тары, увеличения объемов использования многооборотной тары, контейнеров, поддонов, тары-оборудования, а также повторному использованию тары и упаковки, соблюдению условий транспортировки и тарооборота.

В *главе 2* следует показать основные тенденции в развитии производства тары, привести материалы, характеризующие производство тары и упаковки за определенный период времени, дать сравнение с зарубежной практикой. Актуальным моментом в этом вопросе является сбор и утилизация тары.

*Глава 3.* Для раскрытия темы, кроме учебной литературы, надо изучить и специальную литературу. В этой главе необходимо использовать стандарты на 2–3 вида тары. Унификация тары производится на базе единого модуля для тары, транспортных средств, оборудования для хранения и погрузочно-разгрузочных работ. В основе этого модуля лежат размеры международного плоского обменного поддона (800 × 1 200 мм).

Стандарты определяют порядок маркировки и клеймения тары (необходимо рассмотреть более подробно на 2–3 конкретных примерах; приложить ксерокопии документов). Внедрение сертификации упаковки (управление качеством) позволяет повысить ее качество и способствует участию страны в международной торговле.

Далее рассматриваются правила приемки, вскрытия и хранения конкретных видов тары (деревянной, картонной, пластмассовой и др.), порядок оплаты и возврата тары, освободившейся из под продукции.

Изыскание внутренних резервов более эффективного ведения тарного хозяйства является одним из важных условий повышения эффективности торговли в целом. Тщательный анализ расходов, доходов и потерь по таре в большой мере зависит от руководителей предприятий.

Студент должен показать роль специалиста торговли в сокращении расходов и потерь по таре (желательно коснуться и уровня квалификации работников магазина, имеющих отношение к тарным операциям), как стимулируется работа торговли по возврату тары производителями, и наоборот, как дестимулируется неудовлетворительная работа с тарой.

## **Тема: Организация перевозок грузов железнодорожным транспортом в Республике Беларусь**

Во введении обосновывается актуальность темы (значение железнодорожного транспорта в перевозках, преимущества, объемы перевозок, перспективы развития материально-технической базы Белорусской железной дороги), формулируются цель, задачи, методика исследования.

В *главе 1* основной части курсовой работы следует изложить классификацию внутриреспубликанских железнодорожных перевозок по виду сообщений, количеству груза, скорости; планирование перевозок (оперативное планирование: месячные, дополнительные и текущие заявки, договор перевозки, учетные карточки, оперативное изменение заявки).

В *главе 2* необходимо отразить приведение грузов в транспортабельное состояние, маркировку, пломбирование, погрузку грузов.

В *главе 3* отражается документальное оформление перевозок (комплект документов и назначение каждого из них).

Далее, в *главе 4*, следует изложить обязанности грузоперевозчиков железной дороги и грузополучателей; порядок документального оформления выдачи груза и разрешения конфликтных ситуаций (несоответствие груза по количеству, качеству и другим данным сопроводительных документов).

## **Тема: Организация товароснабжения розничной торговой сети**

В *главе 1* следует дать определение термина «товароснабжение розничной торговой сети», указать, какие субъекты и на основании чего участвуют в этом процессе, перечислить обязанности каждого из них, затем отразить социально-экономическое значение товароснабжения и принципы его организации.

В *главе 2* подробно излагаются факторы (производственные, торговые, транспортные, социальные), влияющие на данный процесс, а также формы товароснабжения (транзитная, складская) и методы доставки товаров до магазинов (централизованный, децентрализованный), указываются их преимущества и недостатки.

В *главе 3* следует отразить прогрессивность централизованной доставки товаров и других технологических решений (доставка в таре-оборудовании, работа информационно-диспетчерских служб и др.), а также указать мероприятия по внедрению централизованной доставки с расчетными параметрами и разделением функций между участниками процесса.

В *главе 4* надо обосновать эффективность прогрессивных технологических решений процесса централизованной доставки.

**Тема: Состояние и перспективы развития розничной  
торговой сети потребительской кооперации  
Республики Беларусь**

В главе 1 должно быть проведено теоретическое исследование основного элемента в цепи товародвижения – розничной торговой сети. В начале необходимо рассмотреть виды розничной торговой сети, дать их характеристику.

Далее систематизируется понятийный аппарат по теме. Определяется роль и место розничной торговли в цепи товародвижения на основе изученных литературных источников. Показываются основные факторы, влияющие на процесс продвижения товаров в розничной торговле. Особое внимание необходимо уделить месторасположению магазина, техническому оснащению и использованию его торгового пространства в современных условиях.

В главе 2 следует выявить основные тенденции развития розничной торговой сети Республики Беларусь, в том числе потребительской кооперации. На основании публикаций в средствах массовой информации и научных изданиях анализируется организация работы розничной торговой сети в отечественной и зарубежной практике, приводятся для сравнения основные статистические данные со ссылками на информационные источники.

Далее необходимо проанализировать количественные и качественные показатели состояния торговой сети потребительской кооперации. При этом целесообразно использовать формы таблиц 19–25.

Таблица 19 – Динамика развития розничной торговой сети Республики Беларусь за 20\_\_–20\_\_ гг.

Показатели	Годы			Динамика, %		Отклонение (+; –)	
	20__	20__	20__	20__ г. к 20__ г.	20__ г. к 20__ г.	20__ г. от 20__ г.	20__ г. от 20__ г.
1. Число объектов розничной торговли (магазинов и палаток), всего, тыс. единиц							
В том числе:							
1.1. Объектов розничной торговли (магазинов и палаток) потребительской кооперации, тыс. единиц							
1.2. Доля объектов розничной торговли потребительской кооперации, %							
2. Число магазинов, всего, тыс. единиц							
В том числе:							
2.1. Магазинов потребительской кооперации, тыс. единиц							
2.2. Доля магазинов потребительской кооперации, %							
3. Торговая площадь магазинов, всего, тыс. м <sup>2</sup>							
В том числе:							
3.1. Торговая площадь магазинов потребительской кооперации, тыс. м <sup>2</sup>							
3.2. Доля торговой площади магазинов потребительской кооперации, %							

Таблица 20 – Структура розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь за 20\_\_–20\_\_ гг.

Показатели	Годы						Динамика, %	Отклонение (+; –) 20__ г. от 20__ г.	
	20__		20__		20__				
	Количество, единиц	Удельный вес, %	Количество, единиц	Удельный вес, %	Количество, единиц	Удельный вес, %	20__ г. к 20__ г.	по количеству, единиц	по удельному весу, %
1. Стационарная торговая сеть									
В том числе:									
1.1. Магазины									
1.2. Мелкорозничная торговая сеть (палатки, ларьки, киоски)									
2. Передвижная торговая сеть									
В том числе:									
2.1. Автомагазины									
3. Всего розничных торговых объектов									



Таблица 21 – Динамика развития розничной торговой сети Республики Беларусь по областям за 20\_\_–20\_\_ гг.

Области	Число объектов розничной торговой сети, единиц			Динамика, %	Магазины, единиц			Динамика, %	Торговая площадь магазинов, тыс. м <sup>2</sup>			Динамика, %
	20__ г.	20__ г.	20__ г.		20__ г.	20__ г.	20__ г.		20__ г.	20__ г.	20__ г.	
Брестская												
Витебская												
Гомельская												
Гродненская												
Минская												
Могилевская												
Итого по Республике Беларусь												

Таблица 22 – Динамика развития автомагазинов потребительской кооперации Республики Беларусь за 20\_\_–20\_\_ гг.

Облпотребсоюзы	Годы						Отклонение (+; –)			
	20__		20__		20__		20__ г. от 20__ г.		20__ г. от 20__ г.	
	Количество, единиц	Удельный вес, %	Количество, единиц	Удельный вес, %	Количество, единиц	Удельный вес, %	По количеству, единиц	По удельному весу, %	По количеству, единиц	По удельному весу, %
Брестский										
Витебский										
Гомельский										
Гродненский										
Минский										
Могилевский										
Предприятия Белкоопсоюза										
Итого по Белкоопсоюзу										

Таблица 23 – Динамика развития сети магазинов потребительской кооперации, расположенных в сельской местности за 20\_\_–20\_\_ гг.

Годы	Количество магазинов, расположенных в сельской местности		Удельный вес в общем количестве магазинов, %	Отклонение (+; –) по удельному весу от 20__ г., %	Торговая площадь магазинов, расположенных в сельской местности		Удельный вес в торговой площади магазинов, в целом по Республике Беларусь, %	Отклонение (+; –) по удельному весу от 20__ г., %
	в единицах	в процентах к 20__ г.			тыс. м <sup>2</sup>	в процентах к 20__ г.		
20__								
20__								
20__								

Таблица 24 – **Качественные показатели состояния розничной торговой сети Республики Беларусь, в том числе потребительской кооперации, за 20\_\_–20\_\_ гг.**

Показатели	Годы			Отклонение (+; -)	
	20__	20__	20__	20__ г. от 20__ г.	20__ г. от 20__ г.
1. Обеспеченность населения торговой площадью, м <sup>2</sup> на 1 000 жителей:					
в целом по Республике Беларусь					
по системе потребительской кооперации					
2. Коэффициент плотности торговой сети по количеству магазинов:					
в целом по Республике Беларусь					
по системе потребительской кооперации					
3. Коэффициент плотности торговой сети относительно территории:					
в целом по Республике Беларусь					
по системе потребительской кооперации					
4. Средний размер магазина по торговой площади, м <sup>2</sup> :					
в целом по Республике Беларусь					
по системе потребительской кооперации					
5. Средний радиус действия магазина, км:					
в целом по Республике Беларусь					
по системе потребительской кооперации					

Таблица 25 – **Эффективность использования стационарной розничной торговой сети отдельных хозяйствующих субъектов системы Белкоопсоюза за 20\_\_–20\_\_ гг.**

Облпотребсоюзы	Показатели	Годы			Динамика, %	
		2005	2006	2007	20__ г. к 20__ г.	20__ г. к 20__ г.
Брестский	Розничный товароборот, р.:					
	на один магазин					
Витебский	Розничный товароборот, р.:					
	на 1 м <sup>2</sup> торговой площади					
Гомельский	Розничный товароборот, р.:					
	на 1 м <sup>2</sup> торговой площади					
Гродненский	Розничный товароборот, р.:					
	на 1 м <sup>2</sup> торговой площади					
Минский	Розничный товароборот, р.:					
	на 1 м <sup>2</sup> торговой площади					
Могилевский	Розничный товароборот, р.:					
	на 1 м <sup>2</sup> торговой площади					
Белкоопсоюз	Розничный товароборот, р.:					
	на 1 м <sup>2</sup> торговой площади					
Итого по Республике Беларусь	Розничный товароборот, р.:					
	на 1 м <sup>2</sup> торговой площади					

В главе 3 определяются направления перспективного развития и повышения эффективности использования розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь.

## **Тема: Супермаркет – современный формат розничной торговли**

В *главе 1* курсовой работы необходимо рассмотреть, используя литературные источники, сущность и классификацию различных форматов магазинов, проследить развитие современных форматов торговли в Республике Беларусь и мировой практике (привести опыт отдельных стран, например, России, стран западной Европы, США и др.), выявить наметившиеся тенденции в развитии современных форматов торговли, в том числе супермаркетов в современных условиях. При написании данной главы ссылки на используемые литературные источники обязательны.

В *главе 2* курсовой работы следует на основании изучения различных литературных источников по исследуемой теме рассмотреть особенности и отличительные черты супермаркета, как современного формата торговли, по следующим параметрам: торговая площадь, ассортимент, цены, торговое обслуживание (в том числе используемые методы продажи товаров, оказание дополнительных услуг, возможные варианты установления отношений с поставщиками товаров, зону обслуживания и др.).

Студенту необходимо привести данные по развитию супермаркетов в Республике Беларусь, сравнить показатели в других странах. Цифровую информацию целесообразно представить в самостоятельно разработанных таблицах.

Также в данной главе целесообразно проанализировать и сравнить отличие торговых объектов в различных странах, позиционирующих себя в формате «супермаркет» по форме таблицы 26.

Таблица 26 – Торговые объекты, позиционирующие в формате «супермаркет»

Страна	Компания	Название супермаркета	Торговая площадь, м <sup>2</sup>	Ассортимент, единицы наименований
--------	----------	-----------------------	----------------------------------	-----------------------------------

Далее на основании изучения различных литературных источников, информации из сети Интернет, материалов периодической печати по исследуемой теме необходимо рассмотреть составляющие торгово-технологического процесса розничной продажи товаров в супермаркете, его сильные и слабые стороны; проанализировать опыт организации технологического процесса продажи товаров в супермаркете в отечественной и зарубежной практике.

В *главе 3* рассматриваются и выделяются направления и обозначаются перспективы развития супермаркетов, как современных форматов торговли в Республике Беларусь и мировой практике.

## **Тема: Гипермаркет – современный формат торговли**

В *главе 1* курсовой работы необходимо рассмотреть, используя информацию литературных источников, сущность и классификацию различных форматов магазинов, проследить развитие современных форматов торговли в Республике Беларусь и мировой практике (привести опыт отдельных стран, например, России, стран западной Европы, США и др.), выявить наметившиеся тенденции в развитии современных форматов торговли, в том числе гипермаркетов в современных условиях. При написании данной главы ссылки на используемые литературные источники обязательны.

В *главе 2* на основании изучения различных литературных источников по исследуемой теме необходимо рассмотреть особенности и отличительные черты гипермаркета, как современного формата торговли по следующим параметрам: торговая площадь, ассортимент, цены, торговое обслуживание (в том числе используемые методы продажи товаров, оказание дополнительных услуг, возможные варианты установления отношений с поставщиками товаров, зону обслуживания и др.).

Далее приводятся данные по развитию гипермаркетов в Республике Беларусь, сравниваются показатели в других странах. Цифровую информацию целесообразно представить в самостоятельно разработанных таблицах.

Также в данной главе целесообразно проанализировать и сравнить различные торговые объекты в разных странах, позиционирующие себя в формате «гипермаркет» по форме таблицы 27.

Таблица 27 – Торговые объекты, позиционирующие в формате «гипермаркет»

Страна	Компания	Название гипермаркета	Торговая площадь, м <sup>2</sup>	Ассортимент, единицы наименований
--------	----------	-----------------------	----------------------------------	-----------------------------------

В *главе 3* рассматриваются и выделяются направления и перспективы развития гипермаркетов, как современных форматов торговли в Республике Беларусь и мировой практике.

**Тема: Совершенствование технологической планировки торгового зала магазина (на примере конкретного розничного торгового объекта)**

Данная тема рекомендуется студентам, имеющим возможность проводить замеры в торговом зале магазина, и не имеющим такой возможности (в таком случае планировка строится только на основе наблюдения и фиксирования на бумажном носителе размещения оборудования и товаров).

В *главе 1* рассматриваются теоретические аспекты разработки технологических планировок торговых залов магазинов. Необходимо дать определение таких понятий, как «планировка», «покупательский поток», «размещение товаров», «зонирование», «установочная площадь», «демонстрационная площадь». Необходимо указать, какие условия соблюдаются при разработке схем размещения оборудования, охарактеризовать формы размещения оборудования в торговом зале, показать особенности расстановки оборудования при различных методах продажи товаров, раскрыть порядок расчета и анализа показателей, оценивающих эффективность использования торговой площади магазина (коэффициенты установочной и демонстрационной площади, пропускная способность магазина), определить принципы и правила размещения товаров в торговом зале магазинов, факторы, влияющие на размещение товаров. Студент должен привести таблицу с рекомендуемой шириной проходов между оборудованием в торговом зале.

При написании данной главы следует изучить следующие нормативные и законодательные документы:

- СНиП 2.08.02-89 «Строительные нормы и правила. Общие здания и сооружения»;
- Санитарные правила и нормы 2.3.4.15-12-2006 «Гигиенические требования к предприятиям продовольственной торговли»;
- СТБ 1393-2003 «Торговля. Термины и определения»;
- «Характеристика основных типов магазинов»: постановление правления Белкоопсоюза (август 1996 г.).

В *главе 2* приводится технологическая планировка торгового зала магазина (отдела, секции) и ее анализ.

При анализе планировочного решения торгового зала магазина необходимо выполнить следующее:

1. Предоставить и оценить общий план магазина и размещения подсобных помещений, помещений для приемки и хранения товаров (используется технический паспорт торгового объекта и схема эвакуации при пожаре).

2. Привести спецификацию используемого оборудования (в форме таблицы 28), рассчитать установочную и демонстрационную площади (в форме таблицы 29), проанализировать показатели, оценивающие эффективность использования торговой площади магазина, сравнить их с нормативами (таблица 30). Следует учитывать, что современная торговая мебель строится по модульному принципу (длина одного модуля (М) – 90 мм, стандартная длина оборудования – 10 М, т. е. 900 мм).

Таблица 28 – Спецификация оборудования магазина

		на _____		
		(наименование торгового объекта)	(дата проведения наблюдения)	
Наименование оборудования	Модель	Производитель	Количество единиц в торговом зале	Назначение оборудования

Таблица 29 – Расчет установочной площади оборудования магазина

		на _____			
		(наименование торгового объекта)	(дата проведения наблюдения)		
Наименование оборудования	Длина оборудования, м	Ширина оборудования, м	Установочная площадь одной единицы оборудования, м <sup>2</sup>	Количество единиц оборудования в торговом зале, единиц	Установочная площадь, м <sup>2</sup>

Таблица 30 – Расчет демонстрационной (экспозиционной) площади оборудования магазина \_\_\_\_\_

		на _____				
		(наименование торгового объекта)				
		на _____				
		(дата проведения наблюдения)				
Наименование оборудования	Размеры полок (длина, ширина), м	Площадь полки, м	Количество полок в оборудовании, единиц	Демонстрационная площадь одной единицы оборудования, м <sup>2</sup>	Количество единиц оборудования в торговом зале, единиц	Демонстрационная (экспозиционная) площадь, м <sup>2</sup>

3. Привести схему (рисунок) размещения оборудования с указанием расстояний между ним. Следует сравнить расстояния между оборудованием с рекомендуемыми расстояниями. Результаты необходимо представить в самостоятельно разработанной таблице или на рисунке (выделяя места с более узкими проходами красным цветом, более широкими проходами – синим цветом).

4. Привести схему размещения товарных групп и движения покупательских потоков (на рисунках). Рекомендуется также привести рисунок планировочного решения с указанием «холодных» и «горячих» зон.

При определении «холодных» и «горячих» зон привлекательности отделов магазина следует использовать известные принципы и правила мерчандайзинга, а также использовать результаты проведенного наблюдения и расчеты следующих показателей:

- Коэффициент подхода к отделу ( $K_n$ ), который показывает, какая часть посетителей магазина подходит к отделу:

$$K_n = \frac{n_n}{N_n},$$

где  $n_n$  – количество посетителей магазина, которые подошли к отделу за определенный период;

$N_n$  – общее количество посетителей магазина за этот период.

- Коэффициент покупки ( $K_k$ ), который показывает, какая часть покупателей магазина осуществила покупки в отделе:

$$K_k = \frac{n_k}{N_k},$$

где  $n_k$  – количество покупателей магазина, осуществивших покупки в отделе за определенный период;

$N_k$  – общее количество покупателей магазина за этот период.

- Коэффициент привлекательности отдела для посетителей ( $K_{np}$ ):

$$K_{np} = \frac{K_k}{K_n},$$

где  $K_k$  – коэффициент покупки;

$K_n$  – коэффициент подхода к отделу.

Чем ближе коэффициент привлекательности к единице, тем более привлекательным считается отдел.

- Удельный вес покупателей в общем количестве посетителей отдела ( $Y_k$ ), который показывает, какая часть посетителей реализовала свои потребности:

$$Y_k = \frac{n_k}{n_n} \cdot 100,$$

где  $n_k$  – количество покупателей магазина, осуществивших покупки в отделе за определенный период;

$n_n$  – количество посетителей магазина, которые подошли к отделу за этот период.

Для наглядного представления результатов можно использовать форму таблицы 31.

Таблица 31 – Привлекательность отделов магазина \_\_\_\_\_  
(наименование торгового объекта)  
за \_\_\_\_\_  
(период сбора данных)

Показатели	Отделы			
	№ 1	№ 2	№ 3	№ ...
1. Общее количество посетителей магазина, чел.				
2. Количество посетителей магазина, подошедших к отделу, чел.				
3. Общее количество покупателей магазина, чел.				
4. Количество покупателей, совершивших покупку в отделе, чел.				
5. Коэффициент подхода к отделу				
6. Коэффициент покупки				
7. Коэффициент привлекательности отдела				
8. Удельный вес покупателей в общем количестве посетителей отдела, %				

При анализе покупательских потоков используется метод наблюдения: фиксируется маршрут передвижения покупателя в торговом зале магазина, движение покупателя по отдельным проходам (которые образуются между оборудованием и формируют покупательские потоки). В результате на схеме размещения оборудования можно указать удельный вес по количеству посетителей (среди наблюдаемых посетителей),

которые прошли по отдельным проходам, выявляя таким образом «холодные участки» торгового зала магазина.

В качестве инструмента исследования можно использовать анкетирование (опрос) покупателей и работников магазина с целью определения недостатков в размещении товаров, восприятии покупателями торгового зала (узкие проходы, неудобства в передвижении, неудачное размещение товаров, устаревшее оборудование и др.)

В главе 3 при разработке рекомендаций по совершенствованию технологической планировки торгового зала магазина следует опираться на выявленные недостатки в зонировании и размещении товара, учитывать принципы и правила мерчандайзинга: правило «золотого треугольника», устранение негативного влияния «тормозного пути покупателя», создание «экспресс-маршрутов» для отдельных категорий покупателей, организация движения покупателей против часовой стрелки, упорядочение движения покупателей по всему торговому залу (при помощи ширины проходов, размещения товаров «трафик-мейкеров», турникетов и др.).

Также необходимо учитывать технологические правила: ширину проходов между оборудованием, приближение зон с высокооборотистым товаром к входам в помещения для их хранения, размещение холодильного оборудования вблизи помещений с холодильными агрегатами, отсутствие пересечения потоков покупателей и направленности их навстречу друг другу и т. д.

Для обоснования оптимальности планировочного решения следует выполнить следующее:

1. Привести схему размещения оборудования с нанесенными расстояниями между ними (на рисунке). Рекомендуемые расстояния между оборудованием следует обосновать, результаты представить в виде самостоятельно разработанной таблицы.

2. Привести спецификацию оборудования (в таблице), рассчитать установочную и демонстрационную площади (в таблице), проанализировать показатели, оценивающие эффективность использования торговой площади магазина, сравнить их с уже имеющимися показателями в форме таблицы 32.

Таблица 32 – Коэффициенты установочной и демонстрационной (экспозиционной) площади оборудования в \_\_\_\_\_ (наименование магазина) по рекомендуемой планировке торгового зала

Показатели	Значение показателей		
	нормативные значения	по фактической планировке	по рекомендуемой планировке
1. Сумма площадей оснований оборудования ( $S_{обор}$ )			
2. Площадь всех элементов оборудования для выкладки товаров ( $S_{экс}$ )			
3. Площадь торгового зала ( $S_{мз}$ )			
4. Коэффициент установочной площади ( $K_{уст}$ )	0,27–0,32		
5. Коэффициент экспозиционной (демонстрационной) площади ( $K_{экс}$ )	0,7–0,8		

3. Привести схему размещения товарных групп и движения покупательских потоков с обоснованием последовательного размещения товаров на пути движения покупателей (на рисунках). Рекомендуется также привести рисунок планировочного решения с указанием «холодных» и «горячих» зон.

В конце главы следует перечислить преимущества разработанной технологической планировки торгового зала магазина (отдела, секции).

### Тема: Прогрессивные методы розничной продажи товаров и их социально-экономическое значение

В главе 1 необходимо рассмотреть сущность, содержание и классификацию прогрессивных методов продажи товаров, их роль и значение в современных условиях. Данная глава является теоретической, при ее написании используются различные литературные источники, которые затем приводятся в конце работы при написании списка использованных источников. Ссылки на используемые литературные источники обязательны.

В главе 2 необходимо определить состояние и развитие прогрессивных методов розничной продажи товаров в исследуемой торговой организации. Данные необходимо представить за три предыдущих года.

В параграфе 2.1 определяется и анализируется состояние розничной торговой сети Республики Беларусь, в том числе развитие магазинов самообслуживания. Для написания данного параграфа рекомендуется использовать формы таблиц 33–37. При заполнении таблиц в данном параграфе используются статистические сборники.

Таблица 33 – Динамика развития розничной торговой сети Республики Беларусь за 20\_\_–20\_\_ гг.

Показатели	Годы			Динамика, %		Отклонение (+; -)	
	20__	20__	20__	20__ г. к 20__ г.	20__ г. к 20__ г.	20__ г. от 20__ г.	20__ г. от 20__ г.
1. Число объектов розничной торговли (магазинов и палаток), тыс. единиц							
В том числе:							
1.1. Объектов розничной торговли (магазинов и палаток) потребительской кооперации, тыс. единиц							
1.2. Доля объектов розничной торговли потребительской кооперации, %							
2. Число магазинов, тыс. единиц							
В том числе:							
2.1. Магазинов потребительской кооперации, тыс. единиц							
2.2. Доля магазинов потребительской кооперации, %							
3. Торговая площадь магазинов, тыс. м <sup>2</sup>							
В том числе:							
3.1. Торговая площадь магазинов потребительской кооперации, тыс. м <sup>2</sup>							
3.2. Доля торговой площади магазинов потребительской кооперации, %							

Таблица 34 – Динамика развития розничной торговой сети по областям Республики Беларусь за 20\_\_–20\_\_ гг.

Области	Число объектов розничной торговой сети, единиц			Динамика, %	Количество магазинов, единиц			Динамика, %	Торговая площадь магазинов, тыс. м <sup>2</sup>			Динамика, %	
	20__ г.	20__ г.	20__ г.		20__ г. к 20__ г.	20__ г.	20__ г.		20__ г.	20__ г. к 20__ г.	20__ г.		20__ г.
Брестская													
Витебская													
Гомельская													
Гродненская													
Минская													
Могилевская													
Итого по Республике Беларусь													

Таблица 35 – Товарная специализация магазинов в целом по Республике Беларусь за 20\_\_–20\_\_ гг.

Годы	Количество магазинов, единиц						Отклонение (+; -) по количеству единиц (от предыдущего года)					
	Продовольственные магазины		Непродовольственные магазины		Смешанные магазины		по продовольственным магазинам		по непродовольственным магазинам		по смешанным магазинам	
	количество, единиц	торговая площадь, тыс. м <sup>2</sup>	количество, единиц	торговая площадь, тыс. м <sup>2</sup>	количество, единиц	торговая площадь, тыс. м <sup>2</sup>	количество, единиц	торговая площадь, тыс. м <sup>2</sup>	количество, единиц	торговая площадь, тыс. м <sup>2</sup>	количество, единиц	торговая площадь, тыс. м <sup>2</sup>
20__												
20__												
20__												

Таблица 36 – Динамика развития магазинов самообслуживания по Республике Беларусь за 20\_\_–20\_\_ гг.

Показатели	Годы			Отклонение (+; –)		
	20__	20__	20__	20__ г. от 20__ г.	20__ г. от 20__ г.	20__ г. от 20__ г.
1. Всего магазинов, тыс. единиц						
2. Торговая площадь магазинов, тыс. м <sup>2</sup>						
3. Количество магазинов самообслуживания, единиц						
4. Торговая площадь магазинов самообслуживания, м <sup>2</sup>						
5. Удельный вес магазинов самообслуживания, %						
В том числе:						
5.1. По количеству, единиц						
5.2. По торговой площади, м <sup>2</sup>						

Таблица 37 – Уровень развития самообслуживания в розничной торговой сети Республики Беларусь за 20\_\_–20\_\_ гг.

Годы	Структура магазинов самообслуживания, %			Удельный вес магазинов самообслуживания в общем количестве магазинов, %			
	по торговле продовольственными товарами	по торговле непродовольственными товарами	по торговле смешанными товарами	по торговле продовольственными товарами	по торговле непродовольственными товарами	по торговле смешанными товарами	Всего
20__							
20__							
20__							

В случае, если работа выполняется по объекту, относящемуся к системе потребительской кооперации Республики Беларусь, студент должен представить информацию по таблицам 34–37 по системе потребительской кооперации.

В параграфе 2.2 проводится анализ факторов, влияющих на выбор методов розничной продажи товаров в торговой организации, по которой выполняется курсовая работа, в том числе проводится анализ факторов, влияющих на выбор прогрессивных методов розничной продажи товаров. Представленный материал можно подтвердить данными деятельности торговой организации, сгруппировав их в самостоятельно разработанных таблицах, и провести анализ представленных данных.

В параграфе 2.3 проводится анализ используемых в торговой организации методов розничной продажи товаров, анализируются факторы, которые учитываются специалистами коммерческой службы торговой организации при решении вопроса выбора того или иного метода розничной продажи, отмечаются преимущества и недостатки отдельных методов розничной продажи товаров.

Далее необходимо проанализировать динамику изменения количества магазинов, использующих те или иные методы розничной продажи товаров, в том числе прогрессивные (таблица 38).

Таблица 38 – Методы розничной продажи товаров, используемые в магазинах за 20\_\_–20\_\_ гг. (наименование торговой организации)

Количество магазинов самообслуживания, единиц	Годы			Отклонение (+; –) 20__ г. от 20__ г.
	20__	20__	20__	
1. Магазины самообслуживания				
2. Магазины, применяющие традиционный метод продажи				
3. Магазины, применяющие продажу товаров по образцам				
4. Магазины, реализующие товары по предварительным заказам населения				
Всего магазинов				

Целесообразно сопоставить используемые в торговой организации прогрессивные методы продажи товаров с рекомендуемыми методами по конкретным группам товаров (таблица 39).



Таблица 39 – **Использование прогрессивных методов продажи товаров в магазинах** \_\_\_\_\_ на 01.01.20\_\_ г.  
(наименование торговой организации)

Товарные группы	Рекомендуемый прогрессивный метод продажи	Используемый прогрессивный метод розничной продажи
-----------------	---	--

Целесообразно рассмотреть динамику магазинов самообслуживания торговой организации за исследуемый период (таблицы 40–41).

Таблица 40 – **Динамика магазинов самообслуживания** \_\_\_\_\_ за 20\_\_–20\_\_ гг.  
(наименование торговой организации)

Показатели	Годы			Отклонение (+; –) 20__ г. от 20__ г.
	20__	20__	20__	
1. Магазины самообслуживания, единиц				
2. Общее количество магазинов торговой организации, единиц				
3. Удельный вес магазинов самообслуживания в общем количестве магазинов торговой организации, %				
4. Торговая площадь магазинов самообслуживания, м <sup>2</sup>				
5. Торговая площадь магазинов торговой организации, м <sup>2</sup>				
6. Удельный вес площади магазинов самообслуживания в торговой площади всех магазинов торговой организации, %				

Таблица 41 – **Товарная специализация магазинов самообслуживания** \_\_\_\_\_ за 20\_\_–20\_\_ гг.  
(наименование торговой организации)

Показатели	Годы			Отклонение (+; –)	
	20__	20__	20__	20__ г. от 20__ г.	20__ г. от 20__ г.
1. Магазины самообслуживания, всего					
В том числе:					
1.1. Продовольственные магазины:					
количество, единиц					
торговая площадь, м <sup>2</sup>					
1.2. Непродовольственные магазины:					
количество, единиц					
торговая площадь, м <sup>2</sup>					
1.3. Смешанные магазины:					
количество, единиц					
торговая площадь, м <sup>2</sup>					

При наличии магазинов, торгующих с использованием продажи товаров по предварительным заказам, необходимо представить данные о продаже товаров по предварительным заказам в торговой организации за исследуемый период (таблица 42).

Таблица 42 – **Продажа товаров по заказам в магазинах** \_\_\_\_\_ за 20\_\_–20\_\_ гг.  
(наименование торговой организации)

Годы	Количество магазинов, использующих продажу по предварительным заказам, единиц	Продано товаров, всего, млн р.
20__		
20__		
20__		

Далее выявляются причины сдерживания внедрения прогрессивных методов продажи (если такие имеются), отмечается необходимость их внедрения с целью стимулирования продажи товаров.

В параграфе 2.4 необходимо рассмотреть существующие подходы к оценке социально-экономической эффективности прогрессивных методов продажи товаров, проанализировать используемые группы показателей; рассчитать и проанализировать группы показателей для оценки результативности работы магазинов, использующих прогрессивные методы продажи товаров (таблица 43). Расчеты проводятся на примере магазина торговой организации, на материалах которой выполняется курсовая работа, при условии, что в течение трех прошедших лет магазин перешел на использование метода самообслуживания. Следовательно, показатели представляются до и после перехода на самообслуживание.

Таблица 43 – Оценка результативности работы магазина \_\_\_\_\_ до и после перевода  
(наименование торговой организации)  
на самообслуживание по результатам деятельности  
за 20\_\_–20\_\_ гг.

Показатели	Годы			Отклонение (+; -) или темп изменения, %		
	20__	20__	20__	20__ г. к 20__ г.	20__ г. к 20__ г.	20__ г. к 20__ г.
<i>Экономические показатели</i>						
1. Розничный товароборот, р.						
2. Розничный товароборот на 1 м <sup>2</sup> общей площади, р./м <sup>2</sup>						
3. Розничный товароборот на 1 м <sup>2</sup> торговой площади, р./м <sup>2</sup>						
4. Розничный товароборот на одного работника магазина, р./чел.						
5. Розничный товароборот на одного работника торгового зала, р./чел.						
6. Доля продавцов-консультантов и кассиров-контролеров в общей численности работников, %						
7. Оборачиваемость товарных запасов, дни						
8. Уровень расходов на реализацию, в процентах к розничному товаробороту						
9. Уровень расходов на заработную плату работников магазина, в процентах к розничному товаробороту						
10. Уровень потерь товаров, связанных с самообслуживанием, %						
11. Уровень доходов от реализации, в процентах к розничному товаробороту						
12. Рентабельность торговой деятельности, %						
<i>Технико-технологические показатели</i>						
13. Доля площади торгового зала в общей площади магазина, %						
14. Сумма товарных запасов, размещаемых на 1 м <sup>2</sup> площади торгового зала, р.						
15. Доля товарных запасов, размещенных в торговом зале, %						
16. Коэффициент установочной площади						
17. Коэффициент демонстрационной площади						
18. Коэффициент емкости оборудования						
19. Количество разновидностей реализуемых товаров, единиц						
20. Количество разновидностей реализуемых товаров на 1 м <sup>2</sup> торговой площади, единиц						

Показатели	Годы			Отклонение (+; -) или темп изменения, %		
	20__	20__	20__	20__ г. к 20__ г.	20__ г. к 20__ г.	20__ г. к 20__ г.
<i>Социальные показатели</i>						
21. Средние фактические затраты времени покупателей на ожидание обслуживания						
В том числе:						
21.1. Оптимальные затраты времени покупателей на ожидание обслуживания, с						
22. Коэффициент затрат времени покупателей на ожидание обслуживания						
23. Коэффициент завершенности покупки						
24. Количество дополнительных услуг, оказываемых покупателям в магазине, единиц						
25. Коэффициент дополнительного обслуживания покупателей в магазине						

В главе 3 необходимо обозначить перспективные направления развития прогрессивных методов розничной продажи товаров в Республике Беларусь, в том числе исследуемой торговой организации.

**Тема: Повышение культуры обслуживания в розничных торговых объектах (на примере отдельных торговых объектов конкретного населенного пункта)**

Торговое обслуживание покупателей является завершающим этапом доведения товаров до потребителей и осуществляется через процесс розничной продажи товаров и предоставления услуг. В настоящее время при усилении конкуренции недостатки в торговом обслуживании приводят к ухудшению экономических и социальных результатов деятельности розничных торговых организаций. Игнорирование запросов потребителей может привести к недополучению части прибыли и потери части рынка. Оценка культуры торгового обслуживания торговых объектов дает возможность выявить отдельные недостатки торгового обслуживания, которые в существенной мере могут влиять на деятельность организации в целом. Это позволит определить направления дальнейшего совершенствования торгового обслуживания. Поэтому рассмотрение данной темы при написании курсовых работ будущими специалистами торговли является актуальным.

В главе 1 рассматриваются теоретические аспекты изучаемой темы, приводятся определения таких понятий, как «культура», «торговое обслуживание», «культура торгового обслуживания». Следует перечислить элементы, составляющие культуру торгового обслуживания в объектах розничной торговли (желательно использовать труды нескольких авторов), дать их характеристику, привести требования профессионального этикета.

В главе 2 рассматриваются аспекты оценки культуры торгового обслуживания, их методики: метод «таинственного покупателя» (*Mystery shopping*); методика, разработанная Украинским научно-исследовательским институтом торговли и общественного питания и рекомендованная Министерством торговли Республики Беларусь; анкетные опросы и др. Указываются преимущества и недостатки рассматриваемых методов оценки, особенности организации их проведения.

В главе 3 описывается последовательность организованного наблюдения в выбранных торговых объектах, приводятся и анализируются его результаты. Для оценки культуры обслуживания в курсовой работе можно использовать:

- метод «таинственного покупателя»;
- наблюдение;
- хронометраж;
- анкетирование покупателей, торговых работников или экспертов.

Результаты наблюдения за отдельными элементами, определяющими культуру торгового обслуживания, можно оформить в таблице 44.

Таблица 44 – Сравнительная характеристика элементов культуры торгового обслуживания магазинов по результатам наблюдения, проведенного

(дата проведения наблюдения)

Элементы культуры торгового обслуживания	Магазин № ...	Магазин № ...	Магазин № ...
1. Экстерьер			
2. Интерьер			
3. Территория, прилегающая к магазину			
4. Режим работы			
5. Внешний вид продавцов			
6. Предоставление дополнительных услуг			
7. Соблюдение установленного порядка продажи и правил торговли			
8. Выкладка товаров			
9. Внутримагазинная информация			

Если при проведении исследования будет применяться методика, разработанная Украинским научно-исследовательским институтом торговли и общественного питания и рекомендованная Министерством торговли Республики Беларусь, для оформления результатов можно использовать формы таблиц 45–46.

Таблица 45 – Показатели культуры обслуживания покупателей магазина № \_\_\_ на

(дата оценки)

Показатели культуры торгового обслуживания	Значимость показателя в общем уровне культуры обслуживания	Фактическое значение коэффициента на дату оценки	Фактическое значение коэффициента с учетом значимости
1. Коэффициент устойчивости ассортимента	0,35		
2. Коэффициент дополнительного обслуживания	0,2		
3. Коэффициент затрат времени на ожидание обслуживания	0,45		
4. Коэффициент оценки культуры обслуживания по мнению покупателей	1		
5. Обобщающий коэффициент культуры обслуживания покупателей			

Таблица 46 – Сравнение показателей культуры торгового обслуживания магазинов за

(период проведения оценки)

Показатели культуры торгового обслуживания	Фактическое значение показателя		
	по магазину № ...	по магазину № ...	по магазину № ...
1. Коэффициент устойчивости ассортимента			
2. Коэффициент дополнительного обслуживания			
3. Коэффициент затрат времени на ожидание обслуживания			
4. Коэффициент оценки культуры обслуживания по мнению покупателей			
5. Обобщающий коэффициент культуры обслуживания покупателей			

Расчет времени на ожидание обслуживания и удельного веса в затратах времени на покупку производятся на основе замеров (хронометража), результаты которых необходимо привести в таблице 47.

Таблица 47 – Время, проведенное покупателем в торговом зале магазина, и затраты времени на ожидание обслуживания в магазине № \_\_\_ на

(дата оценки)

Номер замера	Затраты времени на ожидание обслуживания, с				Время, проведенное покупателем в магазине, с
	Ожидание консультации	Ожидание расчета	Ожидание получения товара	Всего	
1					
2					
3					
...					

В главе 4 указываются сильные и слабые стороны работы персонала выбранных торговых объектов, приводятся разработанные направления повышения культуры торгового обслуживания покупателей в исследуемых розничных торговых объектах. Как одно из направлений повышения культуры торгового обслуживания можно выделить разработку стандартной модели поведения продавца на рабочем месте (встреча покупателя, выявление потребностей, действия в критических ситуациях и др.). Необходимо также уделить внимание совершенствованию мотивации и контроля за обеспечением необходимого уровня культуры обслуживания покупателей.

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

**Александрова, О. А.** Организация фирменной торговли ГУСП-совхозом «Алексеевский» / О. А. Александрова // Экономика с.-х. и перерабатывающих предприятий. – 2006. – № 4. – С. 56–58.

**Альбертович, С.** Заграница – дело тонкое: без современной товаропроводящей сети завоевать рынки других стран непросто / С. Альбертович // Бел. торг. газ. – 2003. – № 45. – С. 4.

**Аферовская, Н.** Фирменная торговля не всегда оправдывает свое название / Н. Аферовская // Бел. торг. газ. – 2001. – № 10. – С. 2.

**Бенко, А.** На передовой торговли / А. Бенко // Дело. – 2006. – № 11. – С. 40–42.

**Бланк, И. А.** Торговый менеджмент : учеб. / И. А. Бланк. – Киев : Украинско-Финский ин-т менеджмента и бизнеса, 1997. – 408 с.

**Бобровская, О.** Состояние и развитие фирменной торговли в Республике Беларусь / О. Бобровская // Гермес. – 2002. – № 5. – С. 5–6.

**Богатырев, С. А.** Технология хранения и транспортировки товаров : учеб. пособие / С. А. Богатырев, И. Ю. Михайлова. – М. : Дашков и К<sup>о</sup>, 2009. – 124 с.

**Бурмистров, В. Г.** Организация торговли непродовольственными товарами : учеб. / В. Г. Бурмистров. – М. : Экономика, 1988. – 303 с.

**Виноградова, С. Н.** Организация и технология торговли : учеб. / С. Н. Виноградова [и др.] ; под общ. ред. С. Н. Виноградовой. – 3-е изд., испр. – Минск : Выш. шк., 2009. – 464 с.

**Виноградова, С. Н.** Транспортное обслуживание : учеб. пособие / С. Н. Виноградова, Н. Г. Петухова. – Минск : Выш. шк., 2003. – 221 с.

**Власова, Н.** Мастерство суперпродажи: искусство торговли / Н. Власова // ЭКО. – 1996. – № 1. – С. 207–222.

**Гилберт, Д.** Управление розничным маркетингом : [пер. с англ.] / Д. Гилберт. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 571 с.

**Гуменников, А. П.** Метод «Mystery shopping» и возможности его использования в потребительской кооперации / А. П. Гуменников // Теория, практика, проблемы и перспективы развития : сб. науч. тр. междунар. науч.-практ. конф., Гомель, 28–29 сент. 2004 г. / Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп. – Гомель, 2004. – С. 186–188.

**Гуменников, А. П.** Направления совершенствования обслуживания сельских жителей / А. П. Гуменников // Кооперативы и акционерные общества: развитие, преимущества и конкурентоспособность : сб. докл. участ. междунар. науч.-практ. конф., Гомель, 19–20 сент. 2002 г. / Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп. – Гомель, 2002. – С. 109–114.

**Гуменников, А. П.** Оценка качества торгового обслуживания населения на розничном торговом предприятии в современных условиях / А. П. Гуменников // Потребит. кооп. – 2003. – № 1. – С. 64–70.

**Гуменников, А. П.** Положительные и отрицательные стороны методик оценки качества торгового обслуживания / А. П. Гуменников // Социально-экономическая система Беларуси в условиях трансформации общества : материалы науч.-практ. конф., Гомель, 25 мая 2001 г. / Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп. – Гомель, 2002. – С. 18–21.

**Гуменников, А. П.** Проблемы качества торгового обслуживания неорганизованного рынка / А. П. Гуменников, И. Б. Юркова // Оплата труда по конечным результатам и предельные измерения как инструменты повышения эффективности деятельности предприятия : материалы науч.-практ. конф., Бобруйск, 17–18 апр. 2003 г. / БГУ. – Минск, 2003. – С. 367–368.

**Гуменников, А. П.** Качество торгового обслуживания населения: текст лекции для студентов экономических специальностей и слушателей ОСП «Институт повышения квалификации и переподготовки кадров Белкоопсоюза» / А. П. Гуменников. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2005. – 65 с.

**Гуменников, А. П.** Методические подходы к разработке и внедрению стандартов торгового обслуживания / А. П. Гуменников // Потребит. кооп. – 2005. – № 3. – С. 63–69.

**Гурская, С. П.** Торговое обслуживание потребителей / С. П. Гурская. – Гомель : ГКИ, 1999. – 52 с.

**Гурская, С. П.** Правила торговли: защита прав потребителей : учеб. пособие / С. П. Гурская. – Минск : Выш. шк., 2005. – 189 с.

**Дашков, Л. П.** Организация, технология и проектирование торговых предприятий / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. – М. : ИВЦ «Маркетинг», 2000. – 256 с.

**Ефимова, Н.** Методика внедрения «засланного клиента» в сфере услуг / Н. Ефимова // Маркетинг. Реклама и Сбыт. – 2006. – № 4. – С. 11–15.

**Зими́на, Н. В.** Изменение поведения российских потребителей как предпосылка формирования современных форматов розничной торговли / Н. В. Зими́на, А. А. Балашов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 6. – С. 36–40.

**Кент, Т.** Розничная торговля : учеб. для вузов / Т. Кент, О. Омар. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 719 с.

**Климченя, Л.** Внимание: выкладка товара / Л. Климченя // Гермес. – 2005. – № 6. – С. 21–24.

**Климченя, Л.** Повысим торговый сервис? / Л. Климченя // Гермес. – 2009. – № 2. – С. 49–51.

**Кожарский, В. В.** Реализация продукции собственного производства и иных материальных ценностей через фирменные магазины, принадлежащие предприятию / В. В. Кожарский // Консультант. – 2004. – № 21. – С. 4–13.

**Кондрашов, В. М.** Управление продажами : учеб. пособие / В. М. Кондрашов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 319 с.

**Крие, А.** Внутренняя торговля : [пер. с фр.] / А. Крие, Ж. Жаллэ ; под общ. ред. В. С. Загашвили. – М. : Прогресс, 1993. – 192 с.

**Леви, М.** Основы розничной торговли : учеб. / М. Леви, Б. А. Вейц. – СПб. : Питер, 1999. – 448 с.

**Мешечкина, Р. П.** Организация и технология розничной продажи товаров и обслуживания покупателей / Р. П. Мешечкина, З. В. Отскочная. – М. : МКИ, 1990. – 73 с.

**Моторина, Т.** Сеть для покупателей: организация системы продаж продукции ОАО «Брестский чулочный комбинат» / Т. Моторина // Директор. – 2005. – № 6. – С. 26–27.

**Мухачев, А. В.** Фирменная торговля – важное условие стабильности пищевого предприятия / А. В. Мухачев // Пищевая пром-сть. – 2002. – № 11. – С. 15–16.

**Мухачев, А. В.** Организация фирменной торговли: предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности / А. В. Мухачев // Пищевая пром-сть. – 2001. – № 2. – С. 15–17.

**Мухачев, А. В.** Фирменная торговля на предприятиях пищевой и перерабатывающей промышленности / А. В. Мухачев // Молоч. пром-сть. – 2001. – № 2. – С. 23–24.

**Ньюмен, Э.** Розничная торговля: организация и управление / Э. Ньюмен, П. Кален. – СПб. : Питер, 2005. – 416 с.

**О государственной** комплексной программе развития регионов, малых и средних городских поселений на 2007–2010 гг. : Указ Президента Респ. Беларусь от 7 июня 2007 г. № 265 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – Минск. – 2007. – № 144.

**О государственной** программе возрождения и развития села на 2005–2010 гг. : Указ Президента Респ. Беларусь от 25 марта 2005 г. № 150 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – Минск. – 2005. – № 52.

**О мерах** по внедрению системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения Республики Беларусь: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 30 мая 2003 г. № 724 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2003. – № 64.

**О программе** развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006–2010 гг. : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 27 июля 2006 г. № 941 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 125.

**О программе** совершенствования деятельности потребительской кооперации на 2005–2010 гг. : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 31 авг. 2004 г. № 1038 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2004. – № 142.

**О торговле** : Закон Респ. Беларусь от 28 июля 2003 г. № 231-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2003. – № 87.

**Организация** и технология торговли : учеб. / С. Н. Виноградова [и др.] ; под общ. ред. С. Н. Виноградовой. – 2-е изд., перераб. – Минск : Выш. шк., 2009. – 464 с.

**Организация** и технология торговых процессов : учеб. / Ф. Г. Панкратов [и др.] ; под ред. Ф. Г. Панкратова. – М. : Экономика, 1990. – 304 с.

**Организация** коммерческой деятельности : справ. пособие / С. Н. Виноградова [и др.] ; под общ. ред. С. Н. Виноградовой. – Минск : Выш. шк., 2000. – 464 с.

**Организация** торговли продовольственными товарами : учеб. / Г. П. Гончаров [и др.] ; под ред. Г. П. Гончарова. – М. : Экономика, 1989. – 334 с.

**Основные** направления социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006–2015 гг. : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 4 нояб. 2006 г. № 1475 (в ред. постановлений Совета Министров от 3 марта 2008 г. № 322, от 16 мая 2008 г. № 693) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2009.

**Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2009 г. : стат. сб. / Белкоопсоюз. – Минск : Белкоопсоюз, 2009. – 76 с.

**Петраковская, Л. Л.** Об отдельных вопросах применения Декрета Президента Республики Беларусь от 9 сент. 2005 г. № 11 / Л. Л. Петраковская, О. М. Гаврильчик // Планово-экон. отдел. – 2006. – № 2. – С. 97–100.

**Пигунова, О. В.** Стандарты торгового обслуживания: понятие, значение, классификация / О. В. Пигунова, А. П. Гуменников // Потребит. кооп. – 2005. – № 2. – С. 13–17.

**Пик, Х.** Супермаркет. Организация и управление : [пер. с англ.] / Х. Пик, Э. Пик. – М. : Экономика, 1979. – 224 с.

**Пилипук, А. В.** Формирование фирменных систем в аграрном комплексе / А. В. Пилипук // Аграр. экономика. – 2007. – № 8. – С. 13–19.

**Пилипук, А. В.** Фирменная торговля в объединениях кластерного типа / А. В. Пилипук // Экон. бюл. – 2007. – № 7. – С. 46–54.

**Платонов, В. Н.** Организация торговли : учеб. пособие / В. Н. Платонов. – Минск : БГЭУ, 2002. – 287 с.

**Попова, И. В.** Понятие фирмы (фирменного наименования) и особенности ее согласования в Республике Беларусь // Право Беларуси. – 2003. – № 28. – С. 47–55.

**Правила** осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 7 апр. 2004 г. № 384 (в ред. постановлений Совета Министров от 16 марта 2005 г. № 285, от 6 марта 2006 г. № 317, от 11 сент. 2006 г. № 1179, от 1 июня 2007 г. № 744, от 15 февр. 2008 г. № 206, от 17 июня 2008 г. № 887, от 4 авг. 2008 г. № 1115, от 14 янв. 2009 г. № 26) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2009.

**Правила** осуществления розничной торговли по образцам : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 15 янв. 2009 г. № 31 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2009.

**Правила** поведения продавца : приказ Министерства торговли Респ. Беларусь от 4 янв. 1995 г. № 2 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2009.

**Правила** торговли на рынках Республики Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 12 дек. 2003 г. № 1623 (в ред. постановлений Совета Министров от 7 апр. 2004 г. № 384, от 16 марта 2005 г. № 285, от 22 июня 2005 г. № 677, от 25 июля 2005 г. № 815, от 2 авг. 2006 г. № 990, от 8 нояб. 2007 г. № 1483, от 23 дек. 2008 г. № 2010, от 14 янв. 2009 г. № 26) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2009.

**Прокопенко, Т.** Опыт фирменной торговли: организация взаимодействия изготовителя с магазином (на примере СП ЗАО «Мілавіца») / Т. Прокопенко // Маркетинг. Реклама и Сбыт. – 2003. – № 10. – С. 65–67.

**Розничная** торговля Республики Беларусь : стат. сб. / М-во статистики и анализа Респ. Беларусь. – Минск : Информстат, 2009. – 136 с.

**Романюк, А.** Еще раз о фирменной торговле / А. Романюк // Гл. бухгалтер. – 2001. – № 1. – С. 77.

**Савин, В. И.** Перевозки грузов автомобильным транспортом : справ. пособие / В. И. Савин. – М. : Дело и Сервис, 2002. – 110 с.

**Северина, О.** Опыт реализации товарной политики на базе торговой марки / О. Северина // Маркетинг. Реклама и Сбыт. – 2004. – № 6. – С. 30–46.

**Семин, О. А.** Сервис в торговле : учеб. пособие для вузов : в 3 ч. / О. А. Семин, В. А. Сайдашева, В. В. Панюкова. – М. : Дело и Сервис, 2006. – Ч. 3 : Этика в торговле, или Почему люди покупают. – 112 с.

**Сенина, Н.** Повышение качества обслуживания покупателей – важнейшее направление деятельности персонала в розничной торговле / Н. Сенина // Упр. персоналом. – 2007. – № 8. – С. 90–92.

**Скриптунова, Е.** Изучение конкурентов и клиентов. Стандарты качественного обслуживания клиентов / Е. Скриптунова // Менеджмент сегодня. – 2003. – № 2. – С. 6–13.

**Современный супермаркет** : учеб. по соврем. формам торговли / авт.-сост. : С. Пиджакова [и др.] ; под ред. И. Леонтьевой, З. Кожитовой. – М. : Изд-во Жигульского, 2001. – 351 с.

**Республика Беларусь** : ст. ежегодник / М-во статистики и анализа Респ. Беларусь. – Минск : М-во статистики и анализа Респ. Беларусь, 2009. – 910 с.

**Сысоева, С. В.** Книга директора магазина : учеб. / С. В. Сысоева ; под ред. С. В. Сысоевой. – СПб. : Питер, 2007. – 368 с.

**Тарасов, В.** Экономить – значит заработать! / В. Тарасов // Дело. – 2005. – № 11. – С. 29–34.

**Торговая логистика** : учеб. / под общ. ред. Л. Б. Миротина. – М. : Экзамен, 2002. – 210 с.

**Торговля. Термины и определения** : СТБ 1393-2003. – Введ. 01.11.03. – Минск : Бел. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2003. – 17 с.

**Учебно-методическое пособие** по подготовке, оформлению и представлению к защите дипломных работ для студентов и слушателей специального факультета по переподготовке кадров ОСП «Институт повышения квалификации и переподготовки кадров Белкоопсоюза» / авт.-сост. : С. А. Дещеня, Л. В. Чурило. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2010. – 48 с.

**Чкалова, О. В.** Торговое дело : учеб. пособие / О. В. Чкалова. – М. : Эксмо, 2008. – 320 с.

**Шипинский, В. Г.** Упаковка и средства пакетирования / В. Г. Шипинский. – Минск : Новые идеи, 2004. – 210 с.

**Юдин, А.** Стоит ли развивать фирменную торговлю? / А. Юдин // Гермес. – 2006. – № 3. – С. 6–9.

**Ярош, Т.** А что предпочитаете Вы? / Т. Ярош // Гермес. – 2008. – № 1. – С. 69–73.

## СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка .....	4
Примерная тематика курсовых работ .....	4
Примерные планы курсовых работ .....	8
Методические указания по написанию отдельных тем курсовых работ .....	25
Список рекомендуемой литературы .....	46



Учебное издание

**ПОСОБИЕ**  
**по выполнению курсовых работ**  
**для студентов специальности**  
**1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»**  
**специализаций 1-25 01 10 02 «Коммерческая**  
**деятельность на рынке товаров народного потребления»,**  
**1-25 01 10 25 «Коммерческая деятельность**  
**и товароведение продовольственных товаров»,**  
**1-25 01 10 26 «Коммерческая деятельность**  
**и товароведение непродовольственных товаров»**

Авторы-составители:

**Петухова** Нина Григорьевна  
**Гуменников** Александр Петрович  
**Науменко** Екатерина Платоновна и др.

Редактор Е. В. Седро  
Технический редактор Н. Н. Короедова  
Компьютерная верстка Л. Ф. Кириленкова

Подписано в печать 12.11.10. Бумага типографская № 1.  
Формат 60 × 84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Гарнитура Таймс. Ризография.  
Усл. печ. л. 5,11. Уч.-изд. л. 5,50. Тираж 460 экз.  
Заказ №

Учреждение образования  
«Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации».  
246029, г. Гомель, просп. Октября, 50.  
ЛИ № 02330/0494302 от 04.03.2009 г.

Отпечатано в учреждении образования  
«Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации».  
246029, г. Гомель, просп. Октября, 50.