

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет»

ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОРГОВЛИ

методические указания для выполнения
курсовой работы для студентов специальностей:
1 – 25 01 10 «Коммерческая деятельность»,
1 – 25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров»
дневной и заочной формы обучения

Витебск
2009

УДК 658.84

Организация и технология торговли методические указания для выполнения курсовой работы для студентов специальностей: 1 – 25 01 10 «Коммерческая деятельность», 1 – 25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров» дневной и заочной формы обучения

Составитель: доц. Квасникова В.В.

Настоящие методические указания предназначены для использования при написании и оформлении курсовых работ по дисциплине «Организация и технология торговли» студентами специальностей: 1 – 25 01 10 «Коммерческая деятельность», 1 – 25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров» дневной и заочной формы обучения.

Одобрено кафедрой «Коммерческая деятельность» УО «ВГТУ»
« 22 » октября 2009 г. протокол № 3

Рецензент: к.э.н, доц.. Дём О.Д.
Редактор: ст. препод. Жучкевич О.Н.

Рекомендовано к опубликованию редакционно-издательским советом
УО «ВГТУ»

« ___ » _____ 2009г. протокол № _____

Ответственный за выпуск: Пусенкова Л.В.

Подписано к печати _____ Формат _____ Уч.изд.лист. _____

Печать ризографическая . Тираж _____ Заказ _____ Цена _____

Отпечатано на ризографе Витебского государственного технологического университета. Лицензия № 02330/0494384 от 16 марта 2009 г.
210035, Витебск, Московский пр-т, 72

СОДЕРЖАНИЕ

1	Общие положения.....	4
2	Общая характеристика курсовой работы.....	5
3	Содержание курсовой работы по основным темам.....	9
4	Оформление курсовой работы.....	30
4.1	Общие требования.....	30
4.2	Нумерация страниц и структурных частей курсовой работы.....	30
4.3	Иллюстрации.....	31
4.4	Таблицы.....	32
4.5	Формулы	33
4.6	Приложения.....	34
4.7	Список использованных источников.....	34
5	Тематика курсовых работ.....	35
	Литература	36
	Приложение А Образец оформления титульного листа	
	курсовой работы.....	38
	Приложение Б Пример оформления списка	
	использованных источников.....	39

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Курсовая работа выполняется в соответствии с учебным планом специальности 1 – 25 01 10 «Коммерческая деятельность» дневной и заочной формы обучения и специальности 1 – 25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров» дневной формы обучения.

Цель курсовой работы состоит в более глубоком усвоении студентами курса «Организация и технологии торговли», рассмотрении и более детальном изучении отдельных вопросов этой дисциплины. Курсовая работа способствует приобретению навыков самостоятельной работы с теоретическим и практическим материалом, развивает способности к аналитической и исследовательской работе. При написании курсовой работы студент должен показать умение самостоятельно и последовательно излагать результаты по изучаемым вопросам, делать аргументированные выводы и давать конкретные рекомендации.

Курсовая работа по дисциплине «Организации и технологии торговли» должна выполняться на материалах конкретной торговой организации или промышленного предприятия. Объектом исследования курсовой работы для студентов дневной формы обучения является организация (предприятие), магазин, склад, куда они направлены для прохождения технологической практики. Для студентов заочной формы обучения – организация (предприятие), где они работают.

Тема курсовой работы выбирается студентом самостоятельно в соответствии со списком, приведенным в разделе 5, согласовывается с научным руководителем и соответствующим образом закрепляется. Студент также может предложить свою тему.

Выполнение одинаковых тем по одному и тому же объекту исследования не допускается.

Общий объем курсовой работы должен составлять не менее 35 – 40 страниц печатного текста без учета приложений. Требования к оформлению курсовой работы приведены в разделе 4.

Выполнение курсовой работы предусматривает:

- выбор темы и ее закрепление;
- заполнение листа-задания;
- изучение литературных источников по проблеме;
- составление плана курсовой работы и обязательное его утверждение научным руководителем;
- сбор и обработку данных конкретной организации (предприятия);
- написание и оформление курсовой работы;
- защиту работы в комиссии.

На проверку курсовая работа представляется не позднее, чем за две недели до начала сессии.

2 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы: введение, теоретический раздел, краткую характеристику объекта исследования, аналитический раздел, рекомендации, заключение, список использованных источников, приложения.

Во введении (объем 2-3 страницы) дается обоснование актуальности темы курсовой работы, показывается современное состояние рассматриваемой проблемы, определяются цели и задачи исследования, указываются объект, методы исследования и обработки данных, источники информации.

Например, *«Целью курсовой работы является изучение организации торгово-технологического процесса в магазине и разработка рекомендаций по его совершенствованию. Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи ...»*.

Теоретический раздел должен занимать не более 20% (7 – 8 страниц) от общего объема работы. В нём необходимо в сжатой форме раскрыть теорию вопроса, отразить современное состояние проблемы, ее значение для развития торговли в Республике Беларусь, проанализировать существующие точки зрения по проблеме. Для этого необходимо использовать теоретические источники, данные периодической литературы, законодательные и нормативные акты, данные статистической отчетности и другие источники информации.

Краткая характеристика объекта исследования должна занимать 15% (5 – 6 страниц) от объема курсовой работы и давать общее представление о деятельности торговой (промышленной) организации, магазина, склада, их основных показателях торгово-финансовой (производственно-финансовой) деятельности за последние 2 – 3 года.

Характеристика торговой организации должна содержать: название и организационно-правовой статус, виды деятельности, месторасположение, состояние материально-технической базы, численность персонала, характеристику организационной структуры, анализ показателей торгово-финансовой деятельности.

При характеристике магазина необходимо указать его местоположение, тип, специализацию, концепцию с точки зрения мерчандайзинга, транспортную доступность, контингент обслуживаемого населения, режим работы, ассортиментный перечень, реализуемых товаров.

Если магазин (склад) входит в состав торговой организации, то в разделе должны быть представлены характеристики и показатели не только торговой организации, но и магазина (склада).

Показатели торгово-финансовой деятельности магазина (является самостоятельной организацией), розничной торговой организации (включает в свой состав несколько магазинов) и оптовой торговой организации представляются в виде таблицы 2.1.

Таблица 2.1 – Анализ показателей торгово-финансовой деятельности (наименование торговой организации) за 200.. – 200... годы

Наименование показателя	Годы		Отклонение		
	200...	200...	абсолют.	относительное	
				темп роста, %	темп прироста, %
1 Розничный товарооборот (в действующих ценах), млн. руб.					
2 Розничный товарооборот (сопоставимых ценах), млн.руб.					
3 Валовой доход, млн.руб.					
4 Покупная стоимость товара, млн.руб.					
5 Среднесписочная численность торгового персонала, всего, чел. в том числе: руководители, специалисты, чел. продавцы, чел.					
6 Издержки обращения, млн.руб.					
7 Прибыль от реализации товаров, млн.руб.					
8 Чистая прибыль, млн. руб.					
9 Среднегодовая стоимость основных средств, млн. руб.					
10 Рентабельность затрат, %					
11 Рентабельность продаж, %					
12 Фондоотдача, руб.					
13 Производительность труда тыс.руб./ чел.					
14 Среднемесячная заработная плата 1 работающего					
15 Розничный товарооборот на 1 м ² торговой площади, млн. руб./ м ²					
16 Коэффициент текущей ликвидности, доля ед.					

Если магазин входит в состав розничной торговой организации, то показатели магазина должны быть представлены по форме таблицы 2.2.

Таблица 2.2 – Анализ показателей торгово-финансовой деятельности (наименование магазина) за 200.. – 200... годы

Наименование показателя	Годы		Отклонение		
	200...	200...	абсолют.	относительное	
				темп роста, %	темп прироста, %
1 Розничный товарооборот (в действующих ценах), млн. руб.					
2 Розничный товарооборот (сопоставимых ценах), млн.руб.					
3 Среднесписочная численность торгового персонала, всего, чел. в том числе: руководители, специалисты, чел. продавцы, чел.					

Окончание таблицы 2.3

4 Общая площадь магазина, м ²					
5 Торговая площадь магазина, м ²					
6 Розничный товарооборот на 1 м ² торговой площади, млн. руб./ м ²					
7 Производительность труда тыс.руб./ чел.					

Фактический материал для расчета показателей торгово-финансовой деятельности организации содержится в статистической, бухгалтерской, оперативной отчетности, а также в пояснительной записке к бухгалтерскому балансу.

Для расчета показателей торговой организации можно использовать следующие формы:

- бухгалтерский баланс (форма №1);
- отчет о прибылях и убытках (форма №2);
- отчет о товарообороте и запасах товаров (форма №1-торг);
- отчет о розничном товарообороте (форма №3-торг)
- отчет о деятельности организации оптовой торговли (форма №1-опт);
- отчет о наличии и движении торговой сети (форма №7 - торг);
- отчет по труду и движению работников (форма №1-труд);
- отчет о затратах на производство и реализацию продукции (работ, услуг) предприятия (форма № 5-з);
- отчет о финансовых показателях (форма №5-ф) и другие.

Характеристика промышленной организации должна включать: название и организационно-правовой статус, виды деятельности, месторасположение, особенности организационной структуры, анализ показателей производственно-финансовой деятельности (таблица 2.3).

Таблица 2.3 – Анализ показателей производственно-финансовой деятельности (наименование промышленной организации) за 200.. – 200... годы

Наименование показателя	Годы		Отклонение		
	200...	200...	абсолют.	относительное	
				темпа роста, %	темпа прироста, %
1 Объем выпуска продукции (в действующих ценах), млн. руб.					
2 Объем выпуска продукции (сопоставимых ценах), млн.руб.					
3 Объем выпуска продукции, в нат. ед. изм.					
4 Выручка от реализации продукции, млн.руб.					
5 Прибыль от реализации продукции, млн.руб.					
6 Себестоимость реализованной продукции, млн.руб.					
7 Затраты на 1 рубль реализованной продукции, руб.					
8 Чистая прибыль, млн. руб.					
9 Рентабельность реализованной продукции, %					

Окончание таблицы 2.3

10 Среднесписочная численность работников, чел.					
11 Среднегодовая стоимость основных средств, млн. руб.					
12 Производительность труда на 1 работающего, тыс.руб./ чел.					
13 Среднемесячная заработная плата 1 работающего, тыс. руб.					
14 Фондоотдача, руб.					
15 Кредиторская задолженность, млн. руб.					
16 Дебиторская задолженность, млн. руб.					
17 Коэффициент текущей ликвидности, доля ед.					

Для расчета показателей промышленной организации можно использовать следующие формы отчетности:

- бухгалтерский баланс (форма №1);
- отчет предприятия (объединения) по продукции (форма №1-п);
- отчет о прибылях и убытках (форма №2);
- отчет об изменении капитала (форма №3);
- отчет предприятия (объединения) по труду (форма №1-т);
- отчет о движении денежных средств (форма №4);
- отчет о затратах на производство и реализацию продукции (работ, услуг) предприятия (форма № 5-з);
- отчет о финансовых показателях (форма №5-ф) и другие.

Характеристика склада должна включать: его специализацию, выполняемые функции, устройство, связь с транспортными путями, размер площади.

После таблиц 2.1 – 2.3 должны содержаться развернутые выводы, отражающие реальное положение дел в организации (магазине, складе), эффективность ее функционирования и возможные перспективы развития.

Третий раздел работы должен быть посвящен исследованию состояния изучаемой проблемы в конкретной организации. Построение и содержание раздела зависит от темы курсовой работы. Однако изложение вопросов этого раздела должно быть тесно увязано с теоретическим разделом и строится на глубоком анализе, позволяющем выявить тенденции и закономерности развития явления, выявить существующие недостатки и причины их появления. Объем раздела должен составлять около 30%- 35% (11 – 14 страниц) общего объема курсовой работы.

Заключительным разделом курсовой работы являются рекомендации, в которых студент должен предложить возможные пути решения существующих проблем организации и устранения выявленных недостатков на основе собственных соображений, а также изучения передового зарубежного и отечественного опыта организации торговли. Рекомендации должны быть четкими и конкретными, некоторые из них могут сопровождаться расчетами, подтверждающими их целесообразность, что позволит повысить практическую ценность не только самих рекомендаций, но и работы в целом. Этот раздел работы должен

составлять не менее 15% - 20% (5 – 8 страниц) от общего объема курсовой работы.

В заключение в краткой форме излагаются основные результаты, выводы и предложения, вытекающие из материалов курсовой работы. Объем заключения должен составлять 10% (2 – 4 страницы) объема курсовой работы.

Список использованных источников должен содержать перечень источников информации, на которые в курсовой работе приводятся ссылки. Примеры оформления списка использованных источников приведено в приложении Б.

Приложения включают вспомогательные материалы, необходимые для полноты восприятия курсовой работы: таблицы вспомогательных цифровых данных, иллюстрации вспомогательного характера (графики, рисунки, диаграммы), формы статистической, бухгалтерской и оперативной отчетности организации (предприятия) и т.п. В тексте курсовой работы на все приложения должны быть даны ссылки.

3 СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ ПО ОСНОВНЫМ ТЕМАМ

Тема 1 Организация торгово-технологического процесса в магазине (наименование) и направления его совершенствования

Примерное содержание курсовой работы

Введение

1 Содержание торгово-технологического процесса в магазине

2 Краткая характеристика торгово-финансовой деятельности магазина ...

3 Исследование торгово-технологического процесса в магазине ...

3.1 Организация доставки и приемки товаров по количеству и качеству

3.2 Хранение и подготовка товаров в магазине ...

3.3 Размещение и выкладка товаров в торговом зале магазина ...

3.4 Организация продажи товаров и дополнительного обслуживания покупателей

4 Рекомендации по совершенствованию торгово-технологического процесса в магазине ...

Заключение

Список использованных источников

Приложение А «Ассортиментный перечень товаров в магазине ...»

Приложение Б

Исследование торгово-технологического процесса начинается с изложения вопросов, касающихся доставки товаров в магазин и организации приемки товаров по количеству и качеству.

В работе необходимо указать какая доля товарооборота приходится на каждый метод доставки. Обязательным является рассмотрение способа доставки конкретной товарной группы, например молочных, кондитерских, колбас-

ных, текстильных, обувных и других товаров, результаты анализа могут быть представлены в виде таблицы 3.1.

Таблица 3.1 – Методы доставки молочных товаров в магазин ...

Наименование товара	Поставщик	Частота завоза товаров в магазин	Метод доставки товара
1 Молоко «Вкусное» 3,5% жирности	ОАО «Молоко»	2 раза в день	централизованный
2.			
15 Сырок и изюмом 0% жирности	ОАО «Молоко»	3 раза в неделю	централизованный

Для товаров доставляемых централизованным методом необходимо привести графики завоза товаров в магазин.

При изложении вопросов, связанных с организацией приемки товаров в магазине следует указать конкретное количество работников, принимающих участие в приемке, их должности. Целесообразно дать характеристику места, где происходит приемка товаров, оборудованию, инструментам и приспособлениям, используемым для приемки товаров. Студент должен описать технологию приемки отдельных товаров, привести фактические сроки приемки, указать документы, подтверждающие количество и качество конкретных товаров, обобщив информацию в виде таблицы 3.2.

Таблица 3.2 – Анализ организации приемки товаров по количеству и качеству в магазине ...

Наименование товара	Место приемки товаров	Документы, подтверждающие		Фактические сроки приемки, дней (часов)	Способы проверки качества	Оборудование, инструменты и приспособления, используемые в приемке	Сроки хранения (реализации) товара, дней (часов)	
		количество товара	качество товара				всего	по которым он принимается магазином

В этом разделе не допускается изложение положения о приемке товаров по количеству и качеству.

В курсовой работе следует проанализировать случаи несоответствий количества и качества товаров, выявленных при приемке с указанием причин этих несоответствий и способов разрешения конфликтных ситуаций. Результаты анализа представляются по форме таблицы 3.3.

Таблица 3.3 – Анализ несоответствий количества и качества товаров, выявленных при приемке в магазине ...

Акт (номер, дата составления)	Наименование товара	Участники приемки	Поставщик	Причина несоответствий товара		Способ разрешения конфликтной ситуации
				по количеству	по качеству	
1 № 515 от 23.02.2009	Ткань шелковая, артикул 200035	1. Зав. магазином 2. Продавец 1 категории 3. Продавец 2 категории	ОАО «Моготекс»	недостача 4 м	повреждения 5 м ткани	доставка недостающего товара и замена некачественного товара при выполнении

		4. Представитель ТТП				следующий заявki
--	--	----------------------	--	--	--	------------------

При изложении вопросов, связанных с организацией хранения товаров следует привести информацию о количестве помещений в магазине, предназначенных для хранения товаров, с обязательным указанием их площади, созданных в них режимах хранения, хранимых товаров и способах их хранения, оборудовании применяемом для хранения товаров и создания режимов хранения (таблица 3.4).

Таблица 3.4 – Анализ организации хранения товаров в магазине ...

Помещение для хранения товар	Площадь помещения, м ²	Наименование товарной группы (товара)	Режимы хранения			Способ		Соблюдение основных принципов хранения	Оборудование, предназначенное для	
			документ, их определяющий	норматив	фактические	упаковки (затаривания) товара	хранения товара		хранения товара	создания режимов хранения
1 Склад № 1	25	Коньяк	ГОСТ 13741-91	не ниже +5°C	+15 - 20°C	картонные ящики	штабельный	соблюдаются	поддон	вентиляционное устройство, термометр
.....										

При рассмотрении вопросов относительно подготовки товаров к продаже необходимо указать: кто из персонала занимается подготовкой товаров к продаже, где она осуществляется, изложить содержание технологических операций по подготовке конкретных товаров к продаже. Результаты этого исследования свести в таблицу 3.5.

Таблица 3.5 – Анализ организации подготовки товаров к продаже в магазине ...

Наименование товара	Персонал, осуществляющий подготовку товара к продаже	Помещения, в которых производится подготовка товаров к продаже	Оборудование, инструменты и приспособления, используемые при подготовке товаров	Подготовительные операции, осуществляемые с товаром	
				общие	специальные

Исследование размещения товара в торговом зале магазина предусматривает описание подхода, который положен в его основу. Обязательным является приведение схемы торгового зала с указанием месторасположения конкретных товаров, горячих и холодных зон.

Исследование выкладки товаров предусматривает характеристику видов и способов выкладки различных товаров на торговом оборудовании, анализ критериев, положенных в основу выкладки конкретного товара. Результаты этого исследования могут быть сведены в таблицу 3.6.

Таблица 3.6 – Анализ выкладки товаров на торговом оборудовании в магазине ...

Наименование товара	Вид выкладки	Оборудование, на котором выкладывается товар	Способ выкладки	Критерий, положенный в основу выкладки	Преимущества выкладки	Недостатки выкладки
1 Сок (в тетрапакетах)	товарный	горки пристенные	вертикальный	1. производитель 2. размер упаковки 3. вкус
...						

Необходимо привести и проанализировать планограммы выкладки нескольких товаров, указав их преимущества и недостатки. *Планограмма* – это схема (рисунок, фотография), определяющая место расположение и способ представления каждой товарной единицы на торговом оборудовании.

Исследование организации продажи товаров в магазине предполагает изучение и анализ методов продажи товаров, с точки зрения целесообразности их применения, содержания и документального оформления операций, выполняемых при продаже товаров. Результаты анализа могут быть оформлены в виде таблицы 3.7.

Таблица 3.7 – Методы продажи товаров, применяемые в магазине ...

Наименование товара	Метод продажи товаров,		Соблюдение условий процесса продажи товаров
	используемый в магазине	оптимальный	
1 Парфюмерия	традиционный (индивидуальное обслуживание с закрытой выкладкой)	самообслуживание	отсутствие тестеров
...			

Исследование организации дополнительного обслуживания покупателей предусматривает изучение перечня дополнительных услуг в магазине, анализа достаточности дополнительных услуг исходя из ассортимента реализуемых товаров, методов их продажи, контингента обслуживаемого населения.

На основе исследования должны быть сделаны обобщающие выводы относительно преимуществ и недостатков в организации доставки, приемки товаров, их хранения и подготовки к продаже, размещения и выкладки, продажи товаров и дополнительного обслуживания покупателей. В разделе 4 курсовой работы должны быть разработаны рекомендации по устранению выявленных недостатков.

Тема 2 Организация складского технологического процесса в (на) и направления его совершенствования

Примерное содержание курсовой работы

Введение

1 Содержание складского технологического процесса в (на) организации (предприятии)

2 Краткая характеристика торгово-финансовой (производственно-финансовой) деятельности организации (предприятия)

3 Исследование складского технологического процесса в (на) организации (предприятии)...

3.1 Приемка товаров на складе по количеству и качеству

3.2 Организация хранения товаров на складе ...

3.3 Анализ технико-экономических показателей работы склада

3.4 Отпуск товаров со склада

4 Рекомендации по совершенствованию складского технологического процесса в (на) организации (предприятии)...

Заключение

Список использованных источников

Приложение А «Планировка помещений склада»

Приложение Б

Исследование складского технологического процесса начинается с изложения вопросов, касающихся организации приемки товаров по количеству и качеству на складе. Необходимо изложить особенности приемки товаров при их доставке различными видами транспорта.

При изложении вопросов, связанных с организацией приемки товаров на складе следует указать конкретное количество работников, принимающих участие в приемке, их должности и профессии. Необходимо охарактеризовать помещения, в которых происходит приемка, оборудование, используемое для проверки количества и качества товара, указать о наличии помещений для хранения конфликтных партий. Студент должен описать технологию приемки различных видов товаров, способы проверки качества товара, привести фактические сроки приемки, указать документы, подтверждающие количество и качество конкретных товаров, обобщив информацию в виде таблицы 3.8.

В этом разделе не допускается изложение положения о приемке товаров по количеству и качеству.

В курсовой работе следует проанализировать случаи несоответствий количества и качества товаров, выявленных при приемке с указанием причин этих несоответствий и способов разрешения конфликтных ситуаций.

Таблица 3.8 – Анализ организации приемки товаров по количеству и качеству на складе...

Наименование товара	Помещение для приемки товаров	Характеристика специалиста, осуществляющего приемку товара	Документы, подтверждающие		Фактические сроки приемки, дней (часов)	Способы проверки качества	Оборудование, инструменты и приспособления, используемые для приемки товаров	
			количество товара	качество товара			по количеству	по качеству

Результаты анализа представляются по форме таблицы 3.9.

Таблица 3.9 – Анализ несоответствий количества и качества товаров, выявленных при их приемке на складе ...

Акт (номер, дата составления)	Наименование товара	Участники приемки	Поставщик	Причина несоответствий товара		Способ разрешения конфликтной ситуации
				по количеству	по качеству	

При исследовании организации хранения товаров на складе необходимо привести информацию о помещениях, где осуществляется хранение товаров, с указанием их площади и объема, фактических режимах хранения товаров, способах хранения (таблица 3.10).

Таблица 3.10 – Анализ организации хранения товаров на складе ...

Наименование товара	Площадь, занимаемая товаром м ²	Объем, занимаемый товаром м ³	Режимы хранения			Способ		Соблюдение требований при хранении товаров в штабелях				
			документ, их определяющий	норматив	фактические	упаковки (загаривания) товара	хранения товара	масса штабеля, т	высота штабеля, м	ширина проходов между штабелями, м	расстояние от внешней стены, м	расстояние от отопительных приборов, м

Особое внимание необходимо уделить анализу оборудования, используемого для хранения и укладки товаров на хранение, созданию режимов хранения, перемещения грузов (таблица 3.11).

Таблица 3.11 – Оборудование, используемое на складе ...

Группы оборудования, используемые на складе	Наименование оборудования	Марка (модель) оборудования	Срок службы, лет		Количество, ед.	Основные характеристики оборудования
			фактический	нормативный		
1 Технологическое					
2 Подъемно-транспортное					
3 Поддерживающие режимы хранения					
4 Обрабатывающее грузы						

Анализ технико-экономических показателей работы склада может быть представлен по форме таблицы 3.12.

Таблица 3.12 – Анализ основных технико-экономических показателей работы склада (наименование организации) за 200.. – 200... годы

Наименование показателя	Годы		Абсолют. отклонение	Нормативное значение
	200...	200...		
1 Товарооборот, млн. руб.				
2 Грузооборот, т				
3 Площадь склада, м ²				
4 Полезная площадь склада, м ²				
5 Коэффициент использования складской площади				
6 Удельный складской грузооборот на 1 м ² складской площади, т / м ²				
7 Высота склада, м				
8 Коэффициент использования объема склада				
9 Среднесписочная численность работников склада, чел.				
10 Производительность труда работника склада, т (руб.) / чел.				
12 Уровень механизации складских работ, %				

После таблицы 3.12 должны содержаться развернутые выводы о значениях и тенденциях изменения основных технико-экономических показателей работы склада.

Исследование отпуска товаров со склада предусматривает изучение операций, связанных с отпуском товаров, способами их осуществления, характеристикой оборудования, используемого при отпуске товаров. Особое внимание необходимо уделить документальному оформлению операций, связанных с отпуском товаров.

На основе исследования должны быть сделаны обобщающие выводы относительно преимуществ и недостатков в организации складского технологического процесса, на основе которых в четвертом разделе курсовой работы должны быть предложены рекомендации и мероприятия по их устранению.

Тема 3 Устройство, планировка и оборудование магазина ... и направления их рационализации

Примерное содержание курсовой работы

Введение

1 Устройство, планировка и оборудование современных магазинов

2 Краткая характеристика торгово-финансовой деятельности магазина ...

3 Исследование устройства, планировки и оборудования магазина ...

3.1 Характеристика устройства магазина

3.2 Планировка торгового зала магазина

3.3 Характеристика и анализ оборудования, используемого в неторговых помещениях магазина...

3.4 Характеристика и анализ оборудования, используемого в торговом зале магазина...

4 Направления рационализации устройства, планировки и оборудования магазина

Заключение

Список использованных источников

Приложение А «Планировка помещений магазина ...»

Приложение Б

В процессе исследования устройства магазина необходимо привести схему торговых и неторговых помещений магазина, указав их площадь и назначение, дать характеристику, оценить соответствие предъявляемым требованиям. Результаты анализа можно свести в таблицу 3.13.

Таблица 3.13 – Анализ устройства магазина ...

Наименование помещений	Назначение	Площадь				Степень соответствия, предъявляемым требованиям
		фактическая		нормативная		
		м ²	уд. вес. в общей площади магазина, %	м ²	уд. вес. в общей площади магазина, %	
1 Торговые						

1.1 Торговый зал					
1.2 Кафетерий					
Окончание таблицы 3.13					
....					
2 Неторговые					
2.1 Подсобно-оперативные					
2.1.1 Приемочные					
....					

При исследовании устройства магазина особое внимание необходимо уделить изучению торгового зала. Для этого следует охарактеризовать расположение функциональных зон магазина, проанализировать размеры составляющих площадей торгового зала: под торговое оборудование (установочная); для выкладки товаров (экспозиционная); под узлами расчета; для покупателей; для дополнительного обслуживания покупателей (таблица 3.14).

Таблица 3.14 – Анализ площадей торгового зала магазина ...

Площадь торгового зала	Размер			
	фактический		нормативный	
	м ²	уд. вес. в площади торгового зала, %	м ²	уд. вес. в площади торгового зала, %а
1 Установочная				
2 Экспозиционная				
....				

При анализе планировки торгового зала необходимо представить схему торгового зала с нанесением расстановки оборудования и размещения товаров. Кроме того, следует указать ширину проходов между различным торговым оборудованием. Анализ планировки торгового зала предполагает определение ее соответствия конфигурации торгового зала, используемым методам продажи товара, концепции магазина. При анализе планировки целесообразно сравнить ширину проходов между различным торговым оборудованием с нормативными значениями (таблица 3.15).

Таблица 3.15 – Анализ ширины проходов между оборудованием в торговом зале магазина ...

Расположение проходов	Ширина, м		Отклонение
	фактическая	нормативная, не менее	
Между прилавками для хранения личных вещей покупателей и стеной (проход для покупателей в торговый зал)	1	1,7	-0,7
Между параллельно расположенными островными горками	0,9	1,4	-0,5
.....

Анализ оборудования предполагает изучение оборудования, которое используется в неторговых помещениях магазина, и оборудования торгового зала. При анализе оборудования необходимо оценить фактический и нормативный срок его службы, выяснить насколько оно соответствует концепции магазина, товарам, площади помещения и другим требованиям.

Результаты анализа оборудования магазина должны быть представлены в виде таблицы 3.16.

Таблица 3.16 – Анализ оборудования магазина ...

Наименование оборудования	Марка (модель)	Вид оборудования	Количество, ед.	Срок службы, лет		Соответствие		
				факт	норм	концепции магазина	товару	др. требованиям
1 Оборудование, используемое в торговых помещениях								
1.1 Бонета								
...								
2 Оборудование, используемое в неторговых помещениях								
2.1 Холодильный шкаф								

Для оценки эффективности использования установочной и экспозиционной площадей следует рассчитать: коэффициент установочной площади, коэффициент экспозиционной площади, коэффициенты емкости оборудования, коэффициент эффективности использования установочной площади, коэффициент эффективности использования экспозиционной площади (таблица 3.17).

Таблица 3.17 – Оценка коэффициентов емкости оборудования и эффективности использования установочной и экспозиционной площади торгового зала магазина ...

Наименование показателя	Значение, доля ед.		Отклонение	Причина несоответствия нормативу
	фактическое	нормативное		
1 Коэффициент установочной площади				
2 Коэффициент экспозиционной площади				
3 Коэффициент емкости оборудования				
4 Коэффициент эффективности использования установочной площади				
5 Коэффициент эффективности использова-				

ния экспозиционной площади				
----------------------------	--	--	--	--

В завершении исследовательской части курсовой работы производится обобщение выявленных недостатков относительно устройства, планировки и оборудования магазина, для устранения которых, в четвертом разделе должны быть предложены соответствующие мероприятия.

Тема 4 Организация сбытовой деятельности в (наименование организации)

Примерное содержание курсовой работы

Введение

1 Сбытовая деятельность промышленного предприятия в современных условиях

2 Краткая характеристика производственно-финансовой деятельности предприятия ...

3 Анализ сбытовой деятельности предприятия ...

3.1 Характеристика сбытовых служб предприятия

3.2 Состав и содержание договоров, заключаемых предприятием на поставку продукции

3.3 Анализ рынков сбыта продукции

3.4 Анализ сбыта продукции предприятия по каналам сбыта ...

4 Рекомендации по совершенствованию сбытовой деятельности предприятия...

Заключение

Список использованных источников

Приложение А «Отчет по магазинам фирменной торговли предприятия... за 200..г»

Приложение Б

Анализ сбытовой деятельности целесообразно начинать с изучения порядка функционирования отдела (службы) сбыта или маркетинга. Необходимо привести структуру этого отдела, указать количество специалистов и их функциональные обязанности, показать взаимосвязь отдела сбыта с другими структурными подразделениями организации.

При исследовании сбытовой деятельности организации целесообразным является рассмотрение вопросов, касающихся структуры договора. Необходимо проанализировать содержание основных разделов договора, условия, на которых организация заключает договоры с различными покупателями.

Анализ сбыта продукции должен включать изучение динамики реализованной продукции в целом по организации и в разрезе рынков сбыта. Результаты исследования целесообразно оформить в виде таблицы 3.18.

Таблица 3.18 – Анализ сбыта продукции организации ... по странам (регионам)

Страна	Годы								Изменение по сравнению с 20...г.										
	20...				20...				20...г.										
	нат. ед. изм.		в факт. ценах		нат. ед. изм.		млн. руб.		млн. руб.		нат. ед. изм.				в факт. ценах		в сопост. ценах		
	тыс. м ²	уд. вес, %	млн. руб.	уд. вес, %	тыс. м ²	уд. вес, %	в факт. ценах, млн. руб.	в соп. ценах, млн. руб.	уд. вес, %	тыс. м ²	темп роста, %	уд. вес, %	темп роста, %	млн. руб.	темп роста, %	млн. руб.	темп роста, %	уд. вес, %	темп роста, %
Беларусь																			
Россия																			
Казахстан																			
Украина																			
Латвия																			
Всего																			

Необходимо исследовать состав, динамику и структуру реализации продукции организации по видам (таблица 3.19).

Таблица 3.19 – Анализ объемов сбыта продукции организации ... в разрезе ассортимента за 20.. – 20.. годы

Наименование продукции	Годы						Отклонение		
	20..			20..			Отклонение		
	тыс. м ²	уд. вес, %	млн. руб.	тыс. м ²	уд. вес, %	млн. руб.	тыс. м ²	уд. вес, %	млн. руб.
Аксминстерские									
Жаккардовые									
Жаккардовые 8-цв. синт.									
...									
Итого									

При анализе каналов сбыта организации студент должен привести информацию об общем количестве покупателей, об используемых каналах сбыта, проанализировать объемы, структуру и динамику реализации продукции по каналам сбыта (таблица 3.20).

Таблица 3.20 – Анализ объема, структуры и динамики реализации продукции организации ... по каналам сбыта

Каналы сбыта	Годы				
	20..		20..		
	млн. руб.	уд. вес, %	млн. руб.	уд. вес, %	темп роста, %
Фирменная торговля					
Розничная торговая сеть					
Оптовые посредники					
Всего					

Целесообразным является изучение реализации основных видов продукции организации по покупателям. Группировку покупателей целесообразно производить в зависимости от объема поставок.

Для более глубокого анализа сбытовой деятельности организации может быть произведена оценка ее эффективности на основе показателей выручка от реализации продукции, прибыль от реализации продукции, рентабельность продаж. Эти показатели могут быть определены как в целом по организации, так и отдельно по рынкам сбыта, каналам сбыта, потребителям и видам продукции.

На основе результатов анализа сбытовой деятельности в четвертом разделе работы предлагаются мероприятия, направленные на ее совершенствование.

Тема 5 Организация закупочной деятельности в (наименование организации)

Примерное содержание курсовой работы

Введение

1 Сущность материально-технического обеспечения (закупочной деятельности) на промышленном предприятии (в торговой организации)

2 Краткая характеристика производственно-финансовой (торгово-финансовой) деятельности предприятия (организации) ...

3 Анализ закупочной деятельности предприятия (организации) ...

3.1 Характеристика отдела материально-технического обеспечения предприятия (организации)....

- 3.2 Состав и содержание договоров, заключаемых предприятием (организацией) на закупку материально-технических (товарных) ресурсов....
- 3.3 Анализ состава и структуры закупок...
- 3.4 Выбор поставщиков материально-технических (товарных) ресурсов на (в) предприятии (организации)...
- 3.5 Анализ форм расчета с поставщиками
- 4 Направления совершенствования закупочной деятельности предприятия (организации)...
- Заключение
- Список использованных источников
- Приложение А «Организационная структура управления предприятия... »
- Приложение Б

Изучение закупочной деятельности организации следует начинать с рассмотрения вопросов, касающихся функционирования отдела (службы) материально-технического обеспечения (снабжения). Студент должен привести структуру этого отдела, указать количество специалистов и их функциональные обязанности, показать взаимосвязь отдела МТО с другими структурными подразделениями организации.

При исследовании закупочной деятельности необходимо изучить структуру и содержание договоров, проанализировать основные условия закупки материально-технических ресурсов.

В работе необходимо проанализировать состав и структуру закупок в целом по организации и по поставщикам. Результаты анализа могут быть представлены по форме таблиц 3.21 – 3.23.

Таблица 3.21 - Анализ состава закупок в целом по организации ...

Наименование материально-технических ресурсов	Ед. изм.	Годы		Отклонение (+,-)	Темп роста, %
		2...	2...		
Технологическая древесина	м ³				
Щепа технологическая	м ³				
Парафин	кг				
Смола СФЖ	кг				
...

Таблица 3.22 – Анализ состава закупок по поставщикам в ...(наименование организации)

Наименование материально-технических ресурсов	Наименование поставщика	Объем закупок				Отклонение (+,-)	Темп роста, %
		в натуральном выражении		в стоимостном выражении, млн. руб.			
		2...	2...	2...	2...		
Технологическая древесина	ОАО «Витебсклес»						

на, м ³	ОАО «По-лоцклес»						
Щепа техно-логическая, м ³	ОАО «Витебская лесопилка»						
	РУП «Шклов-ский завод газет и бумаги»						
....	

Таблица 3.23 - Анализ структуры закупок в ... (наименование организации)

Наименование материально-технических ресурсов	Годы		Отклонение (+,-)	Темп роста, %
	2...	2...		
Технологическая древесина, %				
Щепа технологическая, %				
Парафин, %				
Смола СФЖ, %				
Лигносультанаты, %				
Серная кислота, %				
...

В рамках курсовой работы может быть проведен анализ остатков материально-технических ресурсов на начало и конец года, результаты которого представляются в виде таблицы 3.24.

Таблица 3.24 – Анализ остатков материально-технических ресурсов на начало и конец года в организации ...

Наименование материально-технических ресурсов	Годы				Отклонение (+,-)		Темп роста, %	
	2...		2...		2...	2...	2...	2...
	на нача-ло года	на конец года	на нача-ло года	на ко-нец года				
Пиломатериал хвойный, м ³								
Заготовки клееные брусковые, м ³								
...

В работе необходимо проанализировать способы и критерии выбора поставщиков, привести примеры выбора поставщика по нескольким видам материально-технических ресурсов (таблица 3.25).

Таблица 3.25 – Выбор поставщика (наименование материально-технического ресурса) в организации ...

Наименование критерия	Наименование поставщика					
	А		Б		С	
	фактическое состояние критерия	оценка, балл	фактическое состояние критерия	оценка, балл	фактическое состояние критерия	оценка, балл
1. Цена						

2. Условия оплаты						
3. Качество						
...
Итого		Σ		Σ		Σ

При исследовании закупочной деятельности целесообразно изучить формы и условия расчета закупаемые организацией материально-технические ресурсы (таблица 3.26).

Таблица 3.26- Анализ форм расчета с поставщиками в организации ...

Наименование поставщика	Наименование поставляемой продукции	Годы	
		2...	2...
ИП «Гудпекер», г. Минск	Клей Rakoll Duplit	Отсрочка платежа 10 дней	Отсрочка платежа 21 день
ООО «Эленит», г. Минск	Термоклей Holt Melt Eva	Отсрочка платежа 15 дней	По факту поставки
ООО «Абразивтехно-лоджиз», г. Минск	Шкурка шлифовальная	Отсрочка платежа 10 дней	Отсрочка платежа 20 дней
ООО «Амелик», Г. Минск	Губка шлифовальная	Отсрочка платежа 21 день	Отсрочка платежа 21 день
...

На основе анализа делаются обобщающие выводы относительно преимуществ и недостатков закупочной деятельности в организации и разрабатываются мероприятия по ее совершенствованию.

Тема 6 Исследование культуры торговли в магазине...

Примерное содержание курсовой работы

Введение

1 Культура торговли в магазине: сущность и методики оценки

2 Краткая характеристика торгово-финансовой деятельности организации (магазина) ...

3 Оценка уровня культуры торговли в магазине ...

3.1 Оценка уровня культуры в магазине ... по методике...

3.2 Оценка уровня качества торгового обслуживания в магазине ... по методике...

3.3 Оценка уровня культуры торгового обслуживания в магазине по методике...

3.4 Оценка уровня культуры торговли в магазине ...на основе опроса покупателей

4 Направления повышения уровня культуры торговли в магазине...

Заключение

Список использованных источников

Приложение А «Анкета покупателей для оценки уровня культуры торговли в магазине»

Приложение Б

Для исследования культуры торговли в магазине студенту вначале необходимо выбрать и изучить несколько методик по оценке культуры торговли, качества торгового обслуживания и культуры торгового обслуживания.

Наиболее простой методикой оценки культуры торговли в магазине является методика, рекомендованная Министерством торговли Республики Беларусь. Оценка культуры торговли в соответствие с этой методикой предполагает определение 4 -х частных показателей культуры торговли (коэффициент устойчивости ассортиментного перечня, коэффициент дополнительного обслуживания, коэффициент затрат времени покупателей на ожидание обслуживания, коэффициент культуры торговли по мнению покупателей) и на их основе определение обобщающего показателя культуры торговли.

Для определения коэффициента устойчивости ассортиментного перечня студенту необходимо осуществить проверку ассортимента по основным товарным группам. Причем не укрупнено, а детализировано внутри каждой товарной группы. В зависимости от размера магазина количество проверок может варьироваться от 2 до 5. Результаты проверки устойчивости ассортимента в магазине следует представить по форме таблицы 3.27.

Таблица 3.27 –Расчет коэффициента устойчивости ассортимента в магазине... за октябрь месяц 2...года

Ассортиментная группа	Количество разновидностей товаров в магазине				Коэффициент устойчивости
	По ассортиментному перечню	На момент проверки			
		1-ой	2-ой	3-ей	
1 Молоко	3	8	8	8	2,7
2 Кисломолочная продукция	2	4	5	4	2,2
3 Сырково-творожные изделия	5	5	4	6	1
4 Сметана	2	4	4	3	1,8
5 Масло животное	3	3	3	3	1
6 Сыры	10	10	10	9	1
7 Мороженое	10	10	10	10	1
.....
Коэффициент устойчивости ассортиментного перечня в целом по магазину	x			-	1,5

При анализе устойчивости ассортимента необходимо конкретно указывать товары, которые в момент проверки отсутствовали в продаже. По основ-

ному ассортименту товаров целесообразно провести изучение устойчивости внутри ассортиментной группы (таблица 3.28).

Для определения коэффициента дополнительного обслуживания студент должен изучить весь перечень дополнительных услуг, оказываемых покупателям в магазине, как связанных, так и не связанных с процессом продажи товаров.

Таблица 3.28 – Анализ устойчивости ассортимента молока в магазине... за октябрь месяц 2...года

Товар	Количество разновидностей молока в магазине				Коэффициент устойчивости
	По ассортиментному перечню	На момент проверки			
		1-ой	2-ой	3-ей	
1 Молоко «Вкусное» 3,5% жирности, ОАО «Молоко»	1	1	-	1	0,67
2 Молоко «Поставы городок» 3,5% жирности, ...	1	1	1	-	0,67
.....
Коэффициент устойчивости ассортимента по товару	x			-	

Результаты исследования должны быть представлены в виде таблицы 3.29.

Таблица 3.29 – Определение коэффициента дополнительного обслуживания покупателей в магазине...

Наименование дополнительной услуги	Проверка			по перечню
	1	2	3	
1 Безналичный расчет по банковским пластиковым карточкам	+	+	-	+
2 Заказ тортов	+	-	+	+
3 Упаковка товаров	-	-	-	-
4 Доставка товаров на дом	-	-	-	-
.....				
Коэффициент дополнительного обслуживания покупателей	0,67			

Изучение затрат времени покупателей в магазине необходимо осуществлять на основе проведения наблюдения. Наблюдение необходимо провести не менее чем за 20 покупателями. Для этого следует определить из каких затрат времени складываются общие затраты времени покупателя на ожидание обслуживания и замерить их для каждого покупателя. Кроме того, необходимо выявить причины, по которым затраты времени покупателей на ожидание обслуживания превышают нормативные значения. Результаты наблюдения могут быть сведены в таблицу 3.30.

Таблица 3.30 – Результаты измерения затрат времени покупателей на ожидание обслуживания

Виды затрат времени	Затраты времени по покупателям, с	Средние затраты времени, с
---------------------	-----------------------------------	----------------------------

	1	2	...	20	
1 Ожидание обслуживания в «Колбасном отделе»					
2 Ожидание обслуживания в узле расчета					
...					
ВСЕГО					

Для определения коэффициента культуры торговли по мнению покупателей необходимо провести опрос от 20 и более покупателей. Рекомендуется разработать анкету, которая позволит выявить причины, низкого, либо высокого уровня культуры торговли. Результаты опроса покупателей и обработки, полученных результатов представляются по форме таблицы 3.31.

Таблица 3.31 – Анализ результатов опроса покупателей относительно культуры торговли в магазине ...

Фактор культуры торговли	Оценки покупателей, балл						Средняя оценка, балл
	1	2	20	
1 Удобство расположения магазина							
2 Площадь торгового зала							
3 Ассортимент							
...							
Итого							3,2

По частным показателям культуры торговли рассчитывается обобщающий показатель, на основе которого определяется уровень культуры торговли в магазине. В завершении раздела делаются выводы относительно причин, обуславливающие тот или иной уровень культуры торговли в магазине.

Для оценки культуры торговли могут быть использованы и другие методики.

В четвертом разделе должны быть представлены предложения, направленные на повышение уровня культуры торговли в магазине.

Тема 7 Организация и перспективы развития электронной торговли в Республике Беларусь

Примерное содержание курсовой работы

Введение

1 Нормативно-правовые акты, регламентирующие организацию электронной торговли в Республике Беларусь

2 Порядок создания и функционирования Internet-магазинов в Республике Беларусь

3 Анализ деятельности отечественных Internet-магазинов, на примере ...магазинов

4 Современные перспективы развития электронной торговли в Республике Беларусь и за рубежом

Заключение

Список использованных источников

Приложение А «Вид главной страницы сайта Internet-магазина ...»

Приложение Б

В курсовой работе необходимо привести наименование и содержание основных нормативно-правовых документов, которые регламентируют организацию и функционирование электронной торговли в Республике Беларусь, следует показать преимущества электронной торговли относительно других форм торговли.

В работе необходимо отразить этапы создания Internet-магазина. По каждому этапу целесообразно указать примерный размер затрат.

Для анализа в сети Internet необходимо выбрать несколько магазинов, которые реализуют одинаковый ассортимент товаров. В рамках проведения анализа целесообразно сравнить оформление сайта, широту ассортимента, способы доставки товара покупателям, условия оплаты и другое.

В 4-ом разделе на основе изучения литературных источников и электронных ресурсов обобщаются перспективы развития электронной торговли в Республике Беларусь и за рубежом.

Тема 8 Исследование атмосферы торгового зала магазина...и направления ее совершенствования

Примерное содержание курсовой работы

Введение

1 Понятие и составляющие атмосферы торгового зала магазина

2 Краткая характеристика торгово-финансовой деятельности магазина ...

3 Исследование атмосферы торгового зала магазина ...

3.1 Анализ оборудования и планировки торгового зала магазина....

3.2 Размещение и выкладка товаров в торговом зале

3.3 Анализ цветового, светового и звукового оформления торгового зала магазина...

3.4 Оценка уровня культуры обслуживания в магазине

3.4 Оценка показателей, характеризующих состояние атмосферы торгового зала магазина...

4 Рекомендации по улучшению состояния атмосферы торгового зала магазина ...

Заключение

Список использованных источников

Приложение А «Планировка торгового зала магазина ...»

Приложение Б

В курсовой работе анализ оборудования и планировки торгового зала магазина производится аналогично с темой «Устройство, планировка и оборудование магазина ... и направления их рационализации» (с. 17 - 18).

Размещение и выкладка товаров в торговом зале исследуется по аналогии с темой «Организация торгово-технологического процесса в магазине и направления его совершенствования» (с. 11 – 12).

Анализ цветового, светового и звукового оформления торгового зала магазина производится студентом путем собственных наблюдений с учетом современных требований. Для проведения более полного анализа органолептических факторов целесообразно разработать анкету и опросить покупателей магазина. Анкетирование покупателей также целесообразно провести при оценке уровня культуры обслуживания в магазине.

Исследование состояния атмосферы торгового зала магазина может быть осуществлено на основе оценки и анализа определенных показателей: количество посетителей за период; среднее время пребывания покупателей в магазине; структура покупок; средний размер покупки; коэффициент подхода к отделу; коэффициент покупки; коэффициент привлекательности отдела.

Анализ структуры покупок в магазине может быть представлен по форме таблицы 3.32.

Таблица 3.32 – Анализ структуры покупок по сумме и количеству наименований товаров в одной покупке за месяц ... в магазине ...

Сумма одной покупки, руб.	Количество покупок		Количество товаров в одной покупке, ед.	Количество покупок	
	ед.	удельный вес, %		ед.	удельный вес, %
До 10000			1		
10000–20000			2		
20000–40000			3		
40000–70000			4		
70000–100000			5		
45000–55000			6		
100000–150000			7		
150000–200000			8		
Свыше 200000			9		
			10 и более		
Всего	Σ	100	Всего	Σ	100

Для анализ эффективности размещения отделов в торговом зале магазина необходимо определить следующие показатели: коэффициент подхода к отделу, коэффициент покупки в отделе, коэффициент привлекательности отдела (таблица 3.33).

Таблица 3.33 – Анализ показателей эффективности размещения отделов в торговом зале магазина

Наименование отдела (секции)	Число покупателей, чел.		Коэффициент подхода к отделу	Коэффициент покупки в отделе	Коэффициент привлекательности отдела
	подошедших к отделу	осуществивших покупки			

Крупнобытовая техника					
Фото-, аудио-, видеотовары					
Компьютеры и комплектующие					
Телевизоры, DVD-проигрыватели					
...

На основе проведенного анализа делается обобщающий вывод относительно состояния атмосферы торгового зала магазина. В 4-ом разделе предлагаются мероприятия, позволяющие улучшить атмосферу торгового зала магазина.

4 ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

4.1 Общие требования

Курсовая работа печатается с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Набор текста дипломной работы осуществляется с использованием текстового редактора Word. При этом рекомендуется использовать шрифты типа Times New Roman размером 14 пт. Межстрочный интервал – 1,5. В случае вставки в строку формул допускается увеличение межстрочного интервала.

Устанавливаются следующие размеры полей: верхнего и нижнего – 20 мм, левого – 30 мм, правого – 10 мм.

Шрифт печати должен быть прямым, четким, черного цвета, одинаковым по всему объему текста дипломной работы. Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определениях, терминах, важных особенностях, применяя разное начертание шрифта: курсивное, полужирное, курсивное полужирное, выделение с помощью рамок, разреженного интервала, подчеркивания и другое.

Объем курсовой работы не должен превышать 40 страниц печатного текста. **Список использованных источников и приложения не учитываются в общем объеме курсовой работы.**

Заголовки структурных частей курсовой работы **"СОДЕРЖАНИЕ"**, **"ВВЕДЕНИЕ"**, **"ЗАКЛЮЧЕНИЕ"**, **«СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ»**, **"ПРИЛОЖЕНИЯ"**, а также заголовки разделов основной части печатают через пробел после номера прописными буквами в середине строк, используя полужирный шрифт 14 пт.

Заголовки подразделов и пунктов печатают через пробел после номера строчными буквами (кроме первой прописной) с абзацного отступа (1,25 см) полужирным шрифтом, с выравниванием по ширине.

В конце заголовков структурных частей точку не ставят. Если заголовок состоит из двух или более предложений, их разделяют точкой (точками). В заголовках перенос слов не допускается.

Расстояние между заголовком и текстом, двумя заголовками, а также текстом и последующим заголовком должно составлять 1 строку печатного текста.

Каждую структурную часть курсовой работы, кроме подразделов и пунктов следует начинать с нового листа.

4.2 Нумерация страниц и структурных частей курсовой работы

Нумерация страниц выполняется арабскими цифрами. Первой страницей курсовой работы является титульный лист, который включают в общую нумерацию страниц. На титульном листе номер страницы не ставят. На последующих листах, начиная с листа «Задание на выполнение курсовой работы» (страницы 2,3), номер проставляют в центре нижней части листа без точки в конце.

В приложениях, содержащих информацию с двух сторон листа, номер проставляется на каждой странице.

Нумерация разделов, подразделов, пунктов, рисунков, таблиц, формул, уравнений выполняется арабскими цифрами без знака "№".

Разделы "СОДЕРЖАНИЕ", "ВВЕДЕНИЕ", "ЗАКЛЮЧЕНИЕ", "СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», "ПРИЛОЖЕНИЯ" не имеют номеров.

Номер раздела указывают перед его заголовком. Слово «РАЗДЕЛ» не пишется.

Подразделы и пункты нумеруют в пределах каждого раздела. Номер пункта состоит из порядковых номеров раздела и подраздела, разделенных точками, например: "1.3.2" (второй пункт третьего подраздела первого раздела). В конце нумерации точку не ставят.

4.3 Иллюстрации

Иллюстрации (фотографии, рисунки, схемы, диаграммы, графики, карты и другое) служат для наглядного представления характеристик объектов исследования, полученных теоретических и (или) экспериментальных данных и выявленных закономерностей. **Не допускается одни и те же результаты представлять в виде иллюстрации и таблицы.**

Иллюстрации следует располагать непосредственно на странице с текстом после абзаца, в котором они упоминаются впервые (отступив 1 строку от текста), или отдельно на следующей странице.

Иллюстрации обозначают словом "Рисунок", нумеруют последовательно в пределах каждого раздела. На все иллюстрации должны быть ссылки в тексте курсовой работы, при этом слово "рисунок" пишется строчными буквами без сокращений.

Номер иллюстрации должен состоять из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например: "Рисунок 1.2" (второй рисунок первого раздела). Иллюстрации должны быть выполнены с помощью компьютерной техники либо чернилами, тушью или пастой черного цвета на белой непрозрачной бумаге.

Иллюстрации имеют наименование и пояснительные данные (подрисуночный текст), располагаемые по центру страницы. Пояснительные данные помещают под иллюстрацией, отступив 1 строку, а со следующей строки - слово

"Рисунок", номер и наименование иллюстрации, отделяя знаком тире номер от наименования. Точку в конце нумерации и наименования иллюстраций не ставят. Не допускается перенос слов в наименовании рисунка. Слово "Рисунок", его номер и наименование иллюстрации печатают полужирным шрифтом, выравнивая по центру, размером 14 пт.

На следующей строке после наименования рисунка приводится ссылка на источник информации, которая оформляется шрифтом с размером 10-12 пт, с выравниванием по левому краю. Например: «Источники: [1, с.15; 4, с.67].».

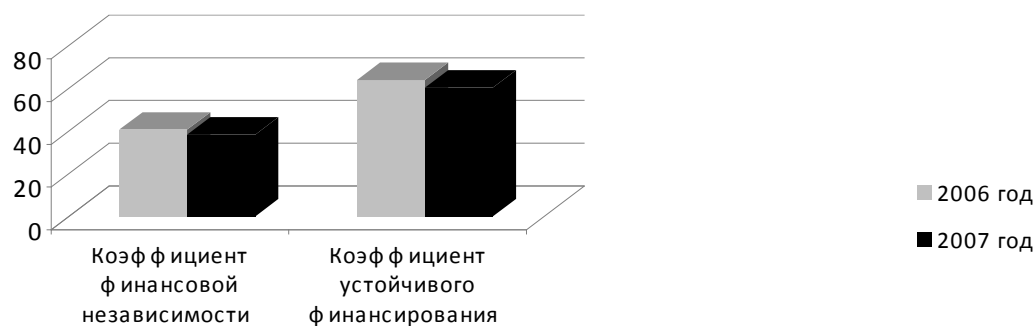


Рисунок 4.1 - Динамика основных показателей финансовой устойчивости ОАО «Витебские продукты» за 2006 – 2007 гг.*

*Источник: составлено автором.

4.4 Таблицы

Аналитический материал курсовой работы оформляют в виде таблиц. Таблицы следует располагать непосредственно на странице с текстом после абзаца, в котором они упоминаются впервые (отступив 1 строку от текста), или отдельно на следующей странице. Они должны быть расположены так, чтобы их было удобно рассматривать без поворота курсовой работы или с поворотом по часовой стрелке.

Каждая таблица должна иметь краткий заголовок, который состоит из слова "Таблица", ее порядкового номера и названия, отделенного от номера знаком тире. Заголовок таблицы, при его наличии, должен отражать ее содержание, быть точным, кратким. Заголовок следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа. Слово "Таблица", ее номер и название печатают полужирным шрифтом, размером 14 пт, с выравниванием по ширине.

После таблицы приводится ссылка на источник информации, которая оформляется шрифтом с размером 10-12 пт, с выравниванием по левому краю. Например: «Источники: [1, с.15; 4, с.67].». Примеры оформления таблиц представлены по тексту методических указаний.

При оформлении таблиц необходимо руководствоваться следующими правилами:

- допускается применять в таблице одинарный интервал и шрифт на

1-2 пункта меньший, чем в тексте дипломной работы;

- не следует включать в таблицу графу "Номер по порядку". При необходимости нумерации показателей, включенных в таблицу, порядковые номера указывают в боковике таблицы непосредственно перед их наименованием;

- таблицу с большим количеством строк допускается переносить на следующий лист. При переносе части таблицы на другой лист ее заголовков указывают один раз над первой частью, **слева** над другими частями пишут слово "Продолжение" или «Окончание». Если в дипломной работе несколько таблиц, то после слова "Продолжение" указывают номер таблицы, например: "Продолжение таблицы 1.2";

- головку таблицы допускается не повторять во второй и последующих частях, заменяя ее соответствующими номерами граф. При этом графы нумеруют арабскими цифрами;

- заголовки граф и строк следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф - со строчной, если они составляют одно предложение с заголовком, и с прописной, если они имеют самостоятельное значение. Допускается нумеровать графы арабскими цифрами, если необходимо давать ссылки на них по тексту дипломной работы;

- текст боковика выравнивается по левому краю по середине;

- не допускается разделять заголовки и подзаголовки боковика и граф диагональными линиями;

- в случае прерывания таблицы и переноса ее части на следующую страницу в конце первой части таблицы нижняя, ограничивающая ее черта, не проводится.

4.5 Формулы

Формулы в курсовой работе (если их более одной) нумеруют в пределах раздела. Номер формулы состоит из номера раздела и порядкового номера формулы в разделе, разделенных точкой. Номера формул пишут в круглых скобках у правого поля листа на уровне формулы (уравнения), например: "(3.1)" – первая формула третьего раздела.

При оформлении формул и уравнений необходимо соблюдать следующие правила:

- формулы набираются в редакторе формул;

- формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы и уравнения оставляется по одной свободной строке;

- если формула не умещается в одну строку, они должны быть перенесены после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (x) и деления (:). При этом повторяют знак в начале следующей строки;

- ссылки на формулы по тексту дипломной работы дают в скобках. Например, в формуле (1.3);

- пояснение значений символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, следует приводить непосредственно под формулой в той же

последовательности, в какой они даны в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова "где" без двоеточия. Например,

$$K_{эфф}^{уст(эксп)} = \frac{K_{уст(эксп)}^{\phi}}{K_{уст(эксп)}^H}, \quad (3.4)$$

где $K_{уст(эксп)}^H$ – оптимальный коэффициент установочной (экспозиционной) площади.

4.6 Приложения

Раздел "Приложения" оформляют в конце курсовой работы либо в виде отдельной части, располагая их в порядке появления ссылок в тексте.

Ссылки оформляются следующим образом, например, «...приведен в приложении А» либо (приложение А).

Не допускается включение в приложение материалов, на которые отсутствуют ссылки в тексте дипломной работы.

Каждое приложение следует начинать с нового листа с указанием в правом верхнем углу слова "ПРИЛОЖЕНИЕ", напечатанного прописными буквами. Приложение должно иметь содержательный заголовок, который размещается с новой строки по центру листа с прописной буквы.

Слово «ПРИЛОЖЕНИЕ» и его содержательный заголовок должны быть ориентированы (расположены) параллельно относительно основного текста приложения.

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А (за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ), например: "ПРИЛОЖЕНИЕ А", "ПРИЛОЖЕНИЕ Б", "ПРИЛОЖЕНИЕ В". Допускается обозначать приложения буквами латинского алфавита, за исключением букв I и O.

При оформлении приложений отдельной частью на титульном листе под названием дипломной работы печатают прописными буквами слово "ПРИЛОЖЕНИЯ".

Таблицы и рисунки каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения, например: «Рисунок А.2», «Таблица А.1», если они приведены в приложении А.

Приложения имеют общую с остальной частью курсовой работы сквозную нумерацию страниц.

4.7 Список использованных источников

Список использованных источников формируется в порядке появления ссылок в тексте курсовой работы либо в алфавитном порядке фамилий первых авторов и (или) заглавий.

В списке использованных источников сведения об источниках печатают с абзацного отступа, нумеруют арабскими цифрами, после номера ставят точку.

Образец оформления списка использованных источников приведен в

приложении Б.

В тексте курсовой работы ссылки на источники осуществляются путем приведения номера в соответствии со списком. Номер источника по списку заключается в квадратные скобки. При использовании заимствованных цитат наряду с порядковым номером источника указывается номер страницы. Например: "[14, с.26]" (здесь 14 - номер источника в списке, 26 - номер страницы).

5 ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Анализ использования рабочего времени работниками торговли (на примере кассиров – контролеров, продавцов – консультантов, зав.складами и др.).
2. Внутримагазинная реклама и направления повышения ее эффективности.
3. Дополнительные формы торгового обслуживания населения и пути повышения эффективности их использования (на материалах крупной розничной организации).
4. Организация закупочной деятельности предприятия (организации) и пути ее совершенствования (на материалах розничного или оптового организации, промышленного предприятия).
5. Организация сбытовой деятельности предприятия (организации) и пути ее совершенствования (на материалах розничного или оптового организации, промышленного предприятия).
6. Организация деятельности торговой организации по формированию ассортимента товаров (на материалах универмага, универсама, дома торговли, оптового предприятия).
7. Организация торгово-технологического процесса в *магазине* и направления его совершенствования
8. Организация складского технологического процесса в организации (на предприятии) и направления его совершенствования
9. Устройство, планировка и оборудование магазина и направления их рационализации
10. Исследование культуры торговли в магазине
11. Организация и перспективы развития электронной торговли в Республике Беларусь
12. Исследование атмосферы торгового зала магазина и направления ее совершенствования
13. Организация автомобильных перевозок товаров народного потребления и пути повышения эффективности использования автотранспорта
14. Организация доставки товаров и пути повышения ее эффективности (на примере оптовой или розничной организации).
15. Организация мелкорозничной торговой сети и пути повышения эффективности ее работы.
16. Организация обслуживания рабочих мест в магазинах и основные направления ее улучшения.
17. Организация приемки товаров и пути ее совершенствования (на материалах магазина, оптового предприятия).

18. Организация приемки товаров по количеству и качеству и пути ее совершенствования (на материалах розничного или оптового предприятия).
19. Организация продажи товаров (на примере конкретной группы товаров) и пути ее совершенствования.
20. Организация продажи товаров по образцам и пути повышения ее эффективности.
21. Организация и пути развития розничной торговой сети (на примере города)
22. Организация размещения и хранения товаров (на материалах крупной розничной организации, оптовой организации или склада промышленного предприятия).
23. Подготовка продажи товаров и ее роль в торговом обслуживании покупателей (на материалах магазина, товарной группы).
24. Потери товаров при организации торгово-технологического процесса магазина и пути его совершенствования.
25. Прогрессивные формы продажи товаров и их эффективность.
26. Пути совершенствования интерьера магазина.
27. Пути совершенствования планировки магазина самообслуживания.
28. Пути совершенствования работы с тарой в розничной (оптовой торговле).
29. Состояние и перспективы внедрения ЭВМ в работу торговых организаций (на материалах магазина, фирмы, оптовой организации).
30. Фирменная торговля и пути ее дальнейшего развития (на материалах фирменного магазина, либо фирменной торговой сети промышленного предприятия).

ЛИТЕРАТУРА

Нормативно-правовые акты

1. Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» № 90-3 от 9 января 2002 г. (в ред. от 04.01.2003 № 183-3)
2. Закон Республики Беларусь «О внесении дополнений и изменений в некоторые законы Республики Беларусь по вопросам защиты прав потребителей» № 366 – 3 от 8 июля 2008 г.
3. Закон Республики Беларусь «О качестве и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов для жизни и здоровья человека» № 217-3 от 29 июня 2003 г. (в ред. от 05.07.2004 № 302-3)
4. Закон Республики Беларусь «О торговле» № 231-3 от 28 июля 2003 г. (в ред. от 26.11.2003 № 247-3)
5. Методические рекомендации по расчету и бухгалтерскому учету потерь товаров в магазинах (отделах, секциях) самообслуживания и торгующих с открытой выкладкой товаров: Утв. приказом Министерства торговли Республики Беларусь № 113 от 27 октября 1999 г. (в ред. постановл. от 17.03.2000 №3)
6. Перечень основных нормативных и технологических документов, которые должны находиться в объектах розничной торговли и общественного питания: Утв. постановлением Министерства торговли Республики Беларусь № 10 от 27 марта 2002 г. (в ред. от 28.11.2003 № 62)

7. Положение о приемке товаров по количеству и качеству: Утв. постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 1290 от 3 сентября 2008 г.

8. Правила осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания: Утв. постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 384 от 7 апреля 2004 г. (в ред. от 16.03.2005 № 285)

9. Правила осуществления розничной торговли по образцам, утвержденные постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15.01. 2009г. № 31.

10. Правилами торговли на рынках Республики Беларусь, утвержденными постановлением Совета Министров Республики Беларусь "О некоторых вопросах деятельности рынков" № 1623 от 12.12.2003г; санитарными нормами и правилами СНиП 13-119.99 «Организация и проведение рыночной торговли продовольственным сырьем и пищевыми продуктами в Республике Беларусь», решениями местных органов управления.

11. Правила разносной торговли и продажи товаров по заказам, утвержденные приказом Министерства торговли Республики Беларусь от 4 апреля 1997г. №44.

12. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами, утвержденные постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 1 июня 2007г. № 744.

13. Инструкция о порядке продажи в кредит. Постановление Министерства торговли Республики Беларусь, № 38 от 29.07.2003

Учебно-методическая литература

14. Виноградова, С. Н. Организация и технология торговли : учебник / под общ. ред. С. Н. Виноградовой. – Минск : Выш. шк., 2005. – 479 с.

15. Дубровин, И. А. Организация производства на предприятии торговли : учебное пособие / И. А. Дубровин. – Москва : КНОРУС, 2007. – 304 с.

16. Егоров, В. Ф. Организация торговли : учебник / В. Ф. Егоров. – Санкт-Петербург : ПИТЕР, 2004. – 352 с.

17. Корнев, Г. М. Современные храмы торговли : девелопмент торговых центров / Г. М. Корнев. –Москва : Вершина, 2009. – 232 с.

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

19. Савицкая Т.Б., Квасникова В.В., Домбровская Е.Н., Дулебо Е.Ю. Методические указания по выполнению и оформлению дипломных работ / – Витебск: УО «ВГТУ», 2008. – 44 с.

20. Снегирёва, В. В. Книга мерчандайзера / В. В. Снегирёва. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 384 с.

21. Климченя, Л. С. Организация и технология торговли : практикум / Л. С. Климченя, О. А. Боровская, В. В. Лагойко. – Минск : БГЭУ, 2008. – 235 с.

22. Парамонова, Т. Н. Мерчандайзинг : учебное пособие / Т. Н. Парамонова, И. А. Рамазанов. – Москва, 2007. – 144 с.

23. Чкалова, О. В. Торговое предприятие : учебное пособие / О. В. Чкалова – Москва : Эксмо, 2008.

24. Парамонова Т. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли : учебное пособие / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. – Москва : КНОРУС, 2008. – 120 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Образец оформления титульного листа курсовой работы

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет»

Кафедра

коммерческая деятельность

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине: «Организация и технология торговли»

на тему: Организация торгово-технологического процесса в магазине

«Большой» и направления его совершенствования

Выполнил (а) студент (ка)

курс, группа, факультет

Ф.И.О.

Проверил (а) уч. степень, должность

преподавателя
Ф.И.О.

Витебск
20__

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Пример оформления списка использованных источников

Характеристика источника	Пример оформления
Один, два или три автора	Котаў, А.І. Гісторыя Беларусі і сусветная цывілізацыя / А.І. Котаў. – 2-е выд. – Мінск: Энцыклапедыкс, 2003. – 168 с.
	Шотт, А.В. Курс лекций по частной хирургии / А.В. Шотт, В.А. Шотт. – Минск: Асар, 2004. – 525 с.
	Чикатуева, Л.А. Маркетинг: учеб. пособие / Л.А. Чикатуева, Н.В. Третьякова; под ред. В.П. Федько. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 413 с.
	Дайнеко, А.Е. Экономика Беларуси в системе всемирной торговой организации / А.Е. Дайнеко, Г.В. Забавский, М.В. Василевская; под ред. А.Е. Дайнеко. – Минск: Ин-т аграр. экономики, 2004. – 323 с.
Четыре и более авторов	Культурология: учеб. пособие для вузов / С.В. Лапина [и др.]; под общ. ред. С.В. Лапиной. – 2-е изд. – Минск: ТетраСистемс, 2004. – 495 с.
	Комментарий к Трудовому кодексу Республики Беларусь / И.С. Андреев [и др.]; под общ. ред. Г.А. Василевича. – Минск: Амалфея, 2000. – 1071 с.
	Основы геологии Беларуси / А.С. Махнач [и др.]; НАН Беларуси, Ин-т геол. наук; под общ. ред. А.С. Махнача. – Минск, 2004. – 391 с.
Коллективный автор	Сборник нормативно-технических материалов по энергосбережению / Ком. по энергоэффективности при Совете Министров Респ. Беларусь; сост. А.В. Филипович. – Минск: Лоранж-2, 2004. – 393 с.
	Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Нац. комис. по устойчивому развитию Респ. Беларусь; редкол.: Л.М. Александрович [и др.]. – Минск: Юнипак, 2004. – 202 с.
	Военный энциклопедический словарь / М-во обороны Рос. Федерации, Ин-т воен. истории; редкол.: А.П. Горкин [и др.]. – М.: Большая рос. энцикл.: РИПОЛ классик, 2002. – 1663 с.
Законы и законодательные материалы	Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.). – Минск: Амалфея, 2005. – 48 с.
	Конституция Российской Федерации: принята всенар. голосованием 12 дек. 1993 г.: офиц. текст. – М.: Юрист, 2005. – 56 с.
	О нормативных правовых актах Республики Беларусь: Закон Респ. Беларусь от 10 янв. 2000 г. № 361-3: с изм. и доп.: текст по состоянию на 1 дек. 2004 г. – Минск: Дикта, 2004. – 59 с.
	Инвестиционный кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 30 мая 2001г.: одобр. Советом Респ. 8 июня 2001 г.: текст Кодекса по состоянию на 10 февр. 2001 г. – Минск: Амалфея, 2005. – 83 с.

Сборник статей, трудов	Информационное обеспечение науки Беларуси: к 80-летию со дня основания ЦНБ им. Я.Коласа НАН Беларуси: сб. науч. ст. / НАН Беларуси, Центр. науч. б-ка; редкол.: Н.Ю. Березкина (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2004. – 174 с.
	Современные аспекты изучения алкогольной и наркотической зависимости: сб. науч. ст. / НАН Беларуси, Ин-т биохимии; науч. ред. В.В. Лелевич. – Гродно, 2004. – 223 с.
Сборники без общего заглавия	Певзнер, Н. Английское в английском искусстве / Н. Певзнер; пер. О.Р. Демидовой. Идеологические источники радиатора “роллс-ройса” / Э. Панофский; пер. Л.Н. Житковой. – СПб.: Азбука-классика, 2004. – 318 с.
Материалы конференций	Глобализация, новая экономика и окружающая среда: проблемы общества и бизнеса на пути к устойчивому развитию: материалы 7 Междунар. конф. Рос. о-ва экол. экономики, Санкт-Петербург, 23–25 июня 2005 г. / С.-Петерб. гос. ун-т; под ред. И.П. Бойко [и др.]. – СПб., 2005. – 395 с.
	Правовая система Республики Беларусь: состояние, проблемы, перспективы развития: материалы V межвуз. конф. студентов, магистрантов и аспирантов, Гродно, 21 апр. 2005г. / Гродн. гос. ун-т; редкол.: О.Н. Толочко (отв. ред.) [и др.]. – Гродно, 2005. – 239 с.
Инструкция	Инструкция о порядке совершения операций с банковскими пластиковыми карточками: утв. Правлением Нац. банка Респ. Беларусь 30.04.04: текст по состоянию на 1 дек. 2004 г. – Минск: Дикта, 2004. – 23 с.
	Инструкция по исполнительному производству: утв. М-вом юстиции Респ. Беларусь 20.12.04. – Минск: Дикта, 2005. – 94 с.
Учебно-методические материалы	Горбатов, Н.А. Общая теория государства и права в вопросах и ответах: учеб. пособие / Н.А. Горбатов; М-во внутр. дел Респ. Беларусь, Акад. МВД. – Минск, 2005. – 183 с.
	Использование креативных методов в коррекционно-развивающей работе психологов системы образования: учеб.-метод. пособие: в 3 ч. / Акад. последиплом. образования; авт.-сост. Н.А. Сакович. – Минск, 2004. – Ч. 2: Сказкотерапевтические технологии. – 84 с.
	Корнеева, И.Л. Гражданское право: учеб. пособие: в 2 ч. / И.Л. Корнеева. – М.: РИОР, 2004. – Ч. 2. – 182 с.
	Философия и методология науки: учеб.-метод. комплекс для магистратуры / А.И. Зеленков [и др.]; под ред. А.И. Зеленкова. – Минск: Изд-во БГУ, 2004. – 108 с.
Информационные издания	Реклама на рубеже тысячелетий: ретросп. библиогр. указ. (1998–2003) / М-во образования и науки Рос. Федерации, Гос. публич. науч.-техн. б-ка России; сост.: В.В. Климова, О.М. Мещеркина. – М., 2004. – 288 с.
	Щадов, И.М. Технологическо-экономическая оценка экологизации угледобывающего комплекса Восточной Сибири и Забайкалья / И.М. Щадов. – М.: ЦНИЭИуголь, 1992. – 48 с. – (Обзорная информация / Центр. науч.-исслед. ин-т экономики и науч.-техн. информ. угол. пром-сти).
Стандарт	Безопасность оборудования. Термины и определения: ГОСТ ЕН 1070–2003. – Введ. 01.09.04. – Минск: Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации: Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 21 с.
Электронные ресурсы	Театр [Электронный ресурс]: энциклопедия: по материалам изд-ва “Большая российская энциклопедия”: в 3 т. – Электрон. дан. (486 Мб). – М.: Кордис & Медиа, 2003. – Электрон. опт. диски (CD-ROM): зв., цв. – Т. 1: Балет. – 1 диск; Т. 2: Опера. – 1 диск; Т. 3: Драма. – 1 диск.
	Регистр СНГ – 2005: промышленность, полиграфия, торговля, ремонт, транспорт, строительство, сельское хозяйство [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. и прогр. (14 Мб). – Минск: Комлев И.Н., 2005. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
Ресурсы удаленного доступа	Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – Режим доступа: http://www.pravo.by . – Дата доступа: 25.01.2006.
	Proceeding of mini-symposium on biological nomenclature in the 21 st centry [Electronic resource] / Ed. J.L. Reveal. – College Park M.D., 1996. – Mode of access: http://www.inform.ind.edu/PBIO/brum.html . – Date of access: 14.09.2005.

