

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ
Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва
Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до написання курсових робіт
з дисципліни «ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ»

Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Методичні рекомендації до написання та захисту курсових робіт для здобувачів вищої освіти за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за першим рівнем вищої освіти – бакалавр.

Рецензенти:

Виноградова О.В. - д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу Державного університету телекомунікацій

Гусєва О.Ю. - д.е.н., професор, професор кафедри економіки підприємств та соціальних технологій Державного університету телекомунікацій

Укладач:

Мартиненко М.О, старший викладач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

Затверджено на засіданні кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності
Протокол № 2 від «02» вересня 2020 р.

Схвалено науково-методичною радою
Навчально-наукового інституту Менеджменту та підприємництва

Протокол № 1 від «02» вересня 2020 р.

ЗМІСТ

1. Вступ	4
2. Загальні положення	5
3. Вибір теми курсової роботи, об'єкта дослідження	5
4. Послідовність виконання курсової роботи	6
5. Збирання, обробка інформації та її аналіз	7
6. Обґрунтування висновків і рекомендацій	9
7. Структура курсової роботи і вимоги до її змісту	10
7.1 Структура курсової роботи	10
7.2. Вимоги до змісту виконання курсової роботи	10
8. Правила оформлення курсової роботи	11
9. Захист курсової роботи	12
10. Загальні критерії оцінювання курсової роботи	13
11. Список рекомендованої літератури	16
12. Додатки	19
1. Тематика курсових робіт	
2. Зразок плану курсової роботи	
3. Приклади оформлення бібліографічного опису списку джерел, який наводять у курсовій роботі	
4. Зразок оформлення титульного аркуша	

1. Вступ

Курсова робота є одним із видів наукової роботи, самостійним навчально-науковим дослідженням студента. Мета курсової роботи — допомогти студентові закріпити та поглибити теоретичні знання, здобуті у процесі вивчення дисципліни «Організація торгівлі та торговельної діяльності».

Курсова робота допомагає студентам систематизувати теоретичні знання з дисципліни, оволодіти певними навичками дослідницької роботи з інформаційними матеріалами, практичними даними роботи конкретних підприємств, навчитись аналізувати дані, творчо осмислювати, формулювати висновки, пропозиції та рекомендації з предмету дослідження.

2. Загальні положення

Навчальні плани з напрямку підготовки 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» передбачають виконання курсової роботи з дисципліни " Організація торгівлі та торговельної діяльності ". Виконання курсової роботи сприяє кращому опануванню дисципліни, набуттю навичок щодо проведення аналізу конкретного матеріалу, обґрунтування власних висновків і розробки рекомендацій із досліджуваної теми.

У процесі виконання курсової роботи студенти навчаються самостійно працювати зі спеціальною літературою, статистичною інформацією, різними нормативно-правовими документами, науково-методичними розробками.

Виконання курсової роботи також сприяє опануванню методології проведення наукового дослідження з проблем маркетингу, обробки інформації із застосуванням ЕОМ, пізнанню практики і поєднанню її з теорією. Студенти навчаються послідовному та логічному розкриттю проблеми, подаючи текстовий та ілюстративний матеріал.

Основні етапи виконання курсової роботи

1. Вибір теми і об'єкта дослідження.
2. Затвердження теми і закріплення за студентом об'єкта дослідження.
3. Складання плану курсової роботи і узгодження його з викладачем.
4. Видача викладачем індивідуального завдання на виконання курсової роботи.
5. Підготовка інформаційної бази для написання курсової роботи.
6. Написання й оформлення курсової роботи.
7. Подання курсової роботи на рецензування.
8. Робота над зауваженнями рецензента.
9. Захист курсової роботи.

Студенти повинні виконати курсову роботу і подати її в термін, що передбачений графіком навчального процесу. Слід також мати на увазі, що курсова робота, яка не містить дослідження проблеми на конкретному торговельному підприємстві, в якій висвітлено лише теоретичні аспекти, та яка не відповідає вимогам щодо оформлення, до захисту не допускається і повертається студентові на доопрацювання.

3. Вибір теми курсової роботи та об'єкта дослідження

До вибору теми слід підходити відповідально: спочатку визначити коло питань, що підлягають дослідженню, потім їх об'єднати у певні групи і на підставі сформульованих основних питань визначити назву самої теми.

Основні критерії вибору теми: актуальність, новизна, перспективність, відповідність профілю навчання студента, можливість розробити тему в обмежений час і підібрати при цьому потрібну інформацію.

Назва теми при можливості має бути лаконічною, але обов'язково включати ідею наміченого дослідження.

Тематику курсових робіт наведено у дод. 1, але студент може запропонувати й іншу тему, однак вона повинна бути, перш за все, актуальною і відповідати тематичній спрямованості дисципліни " Організація торгівлі та торговельної діяльності ".

Обрані студентами теми курсових робіт і об'єкти дослідження після узгодження розглядає викладач дисципліни " Організація торгівлі та торговельної діяльності ", щоб не допустити виконання кількома студентами на тих самих об'єктах однакових тем курсових робіт.

Після затвердження теми зміни (у разі необхідності) здійснюються за письмовою заявою студента не пізніше місяця до закінчення строку виконання курсової роботи.

У разі порушення цих вимог курсова робота під час подання на рецензування до реєстрації не приймається.

4. Послідовність виконання курсової роботи

Виконання курсової роботи як одного з різновидів наукового дослідження складається з таких етапів:

1. Розробка концепції дослідження.

1.1. Визначення цілей.

1.2. Постановка проблеми.

1.3. Формування робочої гіпотези.

1.4. Визначення системи показників.

2. Збір і аналіз емпіричних даних.

2.1. Розробка робочого інструментарію.

2.2. Збір даних.

2.3. Обробка й аналіз даних.

3. Формування основних висновків і оформлення результатів дослідження.

3.1. Розробка висновків і пропозицій (рекомендацій).

3.2. Оформлення результатів дослідження.

Головним методологічним інструментом, який організовує процес дослідження і визначає його логіку, є гіпотеза. Завдання гіпотези - розкрити ті об'єктивні зв'язки і співвідношення, які є визначальними для досліджуваного явища, процесу і подій.

Наприклад, розробляючи тему "Шляхи підвищення ефективності маркетингової діяльності торговельного підприємства", слід висунути гіпотезу про найбільш ймовірні фактори, що визначають ефективність маркетингової діяльності торговельного підприємства.

Студент передбачає, що ефективність маркетингової діяльності торговельного підприємства залежить від рівня конкурентоспроможності пропонованих товарів, торговельного асортименту, організації торговельного обслуговування покупців, організації праці робітників торговельної зали та ін. Необхідно дослідити вплив цих факторів, зробити обґрунтовані висновки і

лише потім намітити шляхи підвищення ефективності використання торговельної площі магазинів.

Вивчення різних літературних джерел, які дають можливість кваліфіковано сформулювати робочу гіпотезу, а на її підставі - й логічний план дослідження, сприятимуть виконанню курсової роботи на належному рівні.

У дод. 2 наведено орієнтовний план курсової роботи. Студент повинен самостійно скласти план своєї роботи, який має містити вступ, 3 розділи основної частини роботи, висновки та пропозиції.

План узгоджується з викладачем і наводиться в індивідуальному завданні, яке підписує керівник і студент. До плану курсової роботи можна вносити певні зміни, але їх необхідно узгодити з викладачем.

Найважливішим підготовчим етапом до написання курсової роботи є збирання, обробка інформації та її аналіз.

5. Збирання, обробка інформації та її аналіз

Для написання курсової роботи дуже важливим є збирання у досить повному обсязі необхідної інформації, бо її нестача не дасть змоги дослідити на належному рівні обрану тему, зробити обґрунтовані висновки і відповідні рекомендації.

Занадто значний обсяг інформації, неправильна методика її збирання, відсутність чіткого взаємозв'язку між ціллю та завданнями дослідження, з одного боку, і показниками зібраної інформації - з іншого, можуть також призвести до негативних наслідків, а саме: до порушення передбачених термінів виконання курсової роботи, недостатньої глибини аналізу окремих питань, перевантаження рекомендацій первинним інформативним матеріалом і т. ін.

Курсова робота має ґрунтуватися на законодавчих, нормативно-правових документах, які безпосередньо стосуються досліджуваної теми. Необхідно широко використовувати спеціальну літературу, в тому числі періодичні видання, де висвітлюються проблеми організації торгівлі, вітчизняний та зарубіжний торгових підприємств та досвід їх розв'язання. Обов'язковим є також використання різних статистичних збірників Держкомстату України та інших організацій, інформація яких дасть змогу визначити вплив зовнішнього середовища на діяльність конкретного підприємства і зробити ґрунтовніші висновки. Дуже важливим є збирання інформації безпосередньо на підприємстві, за матеріалами якого виконується курсова робота. Визначивши теоретичні аспекти досліджуваної проблеми, опрацювавши потрібні літературні джерела, студент має визначити перелік показників та інших матеріалів, які слід зібрати на підприємстві. У переліку показників з кожного досліджуваного питання належить розмежувати показники вихідної інформації й аналітичні показники. Потім складається зведений перелік усіх вихідних показників з теми. При цьому вихідні показники, які потрібні при виконанні окремих

завдань, підлягають логічному аналізу з точки зору повторення, взаємозв'язку можливості одержання на їх підставі аналітичних показників.

Слід також визначити джерела інформації з кожного вихідного показника, а також розробити методику їх одержання.

Для однієї групи показників, що містяться у статистичній звітності і в документах бухгалтерського та оперативного обліку підприємства, визначають структурний підрозділ, який має відповідну інформацію, назву або номер форми звітності чи книги обліку, період, за який потрібно зібрати інформацію, одиниці виміру.

Другу групу показників можна одержати шляхом "натурального" обстеження підприємства. Наприклад, у магазині до таких показників належать тип будівлі, кількість поверхів, конфігурація торговельної зали, система розташування торговельного обладнання, організація розрахункового вузла та ін.

Третю групу показників одержують шляхом спеціального обстеження на підприємстві. При цьому, основою розробки методики одержання показників є: визначення шляхів збирання показників (хронометражні виміри, фотографія робочого дня, анкетне опитування, кіно- або фотозйомка), чітка класифікація досліджуваних процесів, визначення кількості спостережень, які дають достовірне уявлення про кожний процес чи досліджуване питання. Наприклад, затрати часу покупців на очікування обслуговування в магазині можна оцінити хронометражними вимірами. Для цього слід класифікувати основні види витрат часу таким чином: очікування консультації, розрахунок (від підходу до каси до початку розрахунку за придбаний товар), одержання товару (від підходу до столу видачі товару або до продавця за товарним чеком на одержання покупки).

Зібраний матеріал має підлягати ретельній обробці. Насамперед, слід впорядкувати зібраний матеріал, тобто перечитати і скомпонувати його відповідно до плану курсової роботи. Потім його потрібно впорядкувати з точки зору можливості і доцільності використання під час проведення аналізу і розробки рекомендацій.

У процесі обробки зібраних матеріалів складаються таблиці, графіки, діаграми, розраховуються відносні і середні показники, проводяться групування, ранжирування показників та ін. Під час обробки одержаної інформації слід використовувати ПЕОМ.

Після обробки інформації слід обміркувати не лише основні положення, а й деякі деталі написання роботи, дати думкам визріти і укластися у певну схему викладання.

Існує три різновиди аналізу:

- ✓ діагностичний - укрупнений аналіз досліджуваного явища, процесу і подій, який дає змогу у загальних рисах виявити не лише недоліки, а й позитивне, а також виділити ті елементи дослідження, які потребують поглибленого аналізу;
- ✓ детальний - більш поглиблений аналіз окремих аспектів процесу що, вивчається, явища і подій;
- ✓ прогностичний - пряма протилежність діагностичному, тобто потрібно не

виявляти позитивне і негативне, а встановлювати тенденції розвитку досліджуваної проблеми і формувати підґрунтя для визначення перспектив розвитку.

Аналіз дає змогу відповісти на такі запитання:

- ✓ що позитивне і негативне стосовно досліджуваної теми має місце на підприємстві, які проблеми виникли, виходячи із ситуації, що склалася на практиці;
- ✓ які проблеми, в яких структурах чи підрозділах, на яких етапах технологічного процесу заслуговують на аналіз;
- ✓ які причини чи фактори зумовили такий стан на підприємстві;
- ✓ які резерви і можливі напрями розв'язання досліджуваних проблем.

6. Обґрунтування висновків і рекомендацій

Обміркувавши результати аналізу одержаних матеріалів, студент може приступити до найбільш складного етапу дослідження - обґрунтування висновків і рекомендацій.

Перед тим як робити висновки, тобто стисло викласти одержані результати, студентові потрібно ще раз перевірити завершеність кожної окремої частини роботи і доведеність аргументації у цілому по всій роботі. Лише після цього слід формулювати висновки щодо суті досліджуваної теми, окремих питань, що мають практичне значення, і щодо використання одержаних результатів.

Висновки потрібно формулювати лаконічно, точно, не перевантажуючи їх цифровими даними і подробицями. Обґрунтування висновків має міститись у попередньо викладеному матеріалі, у відповідних розділах курсової роботи.

Пропозиції або рекомендації щодо вирішення конкретних завдань, окремих питань виправдовують себе, як правило, тільки тоді, коли вони перспективні. Тому в їх розробці слід враховувати не лише існуючі умови, а й ті зміни, які можуть відбуватися найближчим часом.

Висновки і рекомендації можуть бути спрямовані як на вирішення окремих теоретичних питань, так і розв'язування проблем практичного значення.

Доцільно було б також визначити ефект від впровадження пропозицій або рекомендацій у практичну діяльність підприємства. Для цього студентові потрібно розрахувати та порівняти можливий ефект і обсяг витрат (трудових, матеріальних, грошових) на впровадження запропонованих рекомендацій. Поряд з економічним ефектом слід визначати соціальний.

7. Структура курсової роботи і вимоги до її змісту

7.1. Структура курсової роботи

Обсяг курсової роботи має складати приблизно 30 - 35 сторінок. Курсова робота має містити:

- титульний аркуш;
- індивідуальне завдання на виконання курсової роботи;
- зміст;
- вступ;
- основну частину;
- висновки і пропозиції;
- список використаних джерел;
- додатки (за необхідності).

7.2. Вимоги до змісту виконання курсової роботи

У вступі стисло розкривається актуальність теми (її значущість, рівень теоретичної розробки, практичний стан) та необхідність, доцільність її розробки.

Актуальність теми визначає мету дослідження, яка в свою чергу зумовлює завдання дослідження. Студент повинен їх чітко сформулювати. Це дасть змогу йому логічно провести дослідження з обраної теми.

У вступі також зазначають предмет, об'єкт дослідження (розкривають лише основні його особливості), методологічну базу його проведення.

В основній частині роботи, яка складається з 4-5 розділів, теоретичні питання можуть займати не більше 25% її загального обсягу, 75% - це аналітичний матеріал по підприємству, на якому досліджується тема, обґрунтування висновків, пропозиції або рекомендації.

Викладення текстового матеріалу супроводжується таблицями аналітичного характеру, графіками, діаграмами, схемами після посилення на них. По тексту за необхідності даються посилення і на додатки, в яких міститься первинна інформація або додаткова (більш деталізована) до аналітичних таблиць та іншого ілюстративного матеріалу, який розміщується по тексту роботи.

Зміст кожного розділу має відповідати його назві і в цілому розкривати тему курсової роботи.

У розділі "Висновки і пропозиції" стисло формулюються висновки, надаються пропозиції, рекомендації, які є результатом проведення дослідної роботи. У цьому розділі вже не подається ілюстративний матеріал та інше обґрунтування з розрахунками і т.п. висновків, пропозицій і рекомендацій.

8. Правила оформлення курсової роботи

Текст курсової роботи слід друкувати або писати на одному боці аркуша білого паперу формату А4 (210*297 мм), залишаючи поля таких розмірів: ліве - 20 мм, праве - 10 мм, верхнє та нижнє - 20 мм.

Нумерацію сторінок, параграфів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака № .

Першою сторінкою курсової роботи є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок, але не нумерують, а на наступних сторінках номер без крапки проставляють у правому верхньому куті.

Схеми, графіки та інші рисунки і таблиці слід подавати у курсовій роботі безпосередньо після посилання на них у тексті, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Рисунки і таблиці, які розміщені на окремих сторінках курсової роботи, включають до загальної нумерації сторінок.

Графіки, схеми та інший ілюстративний матеріал позначають словом "Рис". і нумерують послідовно. Номер рисунка та його назву розміщують під рисунком.

Кожна таблиця мусить мати тематичний заголовок, що віддзеркалює її зміст. Усі таблиці слід нумерувати. Справа над тематичним заголовком з великої літери пишуть слово "Таблиця" і її порядковий номер.

Якщо всі показники таблиці мають однакові одиниці виміру, то їх виносять у заголовок таблиці, якщо різні - то проставляють збоку. Позначення одиниць виміру має відповідати вимогам стандарту.

Якщо в курсовій роботі містяться додатки (таблиці, схеми тощо), то їх слід нумерувати окремо з посиланням у тексті.

Посилання на літературні джерела слід подавати у квадратних дужках. Наприклад, посилання [7, с. 25] Означає таке: 7 - порядковий номер, під яким значиться літературне джерело в списку; 25 - сторінка цитованого джерела, з якої взято відповідно цитату чи цифровий матеріал зі статистичного збірника.

Оформлюючи список спеціальних літературних джерел, їх слід розміщувати в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків, або в порядку використання. Відомості про джерела, включені до списку, слід подавати згідно з вимогами державного стандарту з обов'язковим зазначенням назв праці. Обов'язковим є також використання законодавчих документів з досліджуваної теми, які в списку літератури наводяться першими.

У списку літературних джерел наукові праці подають мовою, якою їх видано. Приклад оформлення списку використаних літературних джерел наведено у дод. 3.

До списку використаних літературних джерел включають не менш як 15 найменувань, які студенти вивчали у процесі виконання курсової роботи.

9. Захист курсової роботи

За місяць до початку екзаменаційної сесії виконану курсову роботу студент подає на рецензування і реєструє.

Перевіривши курсову роботу, викладач пише рецензію та допускає або не допускає роботу до захисту. У разі незадовільної оцінки при рецензуванні курсова робота до захисту не допускається і повертається студентові на доопрацювання. Студент повинен переробити роботу згідно із зауваженнями рецензента і подати її для повторного рецензування.

Курсову роботу, допущену рецензентом до захисту, студент доопрацьовує відповідно до зауважень, потім захищає згідно з графіком навчального процесу. Захист курсової роботи приймає комісія.

Студент, який не захистив курсову роботу, до складання іспитів з курсу "Організація торгівлі та торговельної діяльності" не допускається.

10. Загальні критерії оцінювання курсової роботи

Курсова робота автора має продемонструвати: вміння логічно та аргументовано викладати матеріал, коректно використовувати статистичні та математичні методи для аналізу проблем; опанувати сучасні методи наукового дослідження, проводити експерименти, навички робити, власні узагальнення і висновки та вміння працювати з літературними джерелами.

Критеріями оцінювання є:

- чіткість, повнота та послідовність розкриття кожного питання плану;
- науковість стилю викладання;
- відсутність орфографічних і синтаксичних помилок;
- правильне оформлення роботи відповідно до державних стандартів (при значних відхиленнях від встановлених вимог робота може бути взагалі не допущена до захисту або це суттєво вплине на загальну оцінку).

Курсова робота повинна бути написана літературною мовою, без зловживань: науковими термінами (які транслітеровано з іноземних мов); цитатами, запозиченими із статей, монографій, підручників та з мережі Інтернет. Вона не повинна мати копілятивний характер.

Курсова робота з ознаками плагіату знімається з розгляду, автору виставляється незадовільна оцінка.

Курсова робота, в якій розкрито тему, здійснено аналіз певної інформаційної та статистичної бази даних, сформульовано висновки без необхідного їх обґрунтування, допускається до захисту, але не може бути оцінена вище "задовільно".

Робота, в якій зроблено власну оцінку використаних джерел, самостійно проаналізовано підібраний статистичний матеріал, звітні дані підприємства/організації, на базі якого досліджувалася тема, зроблені висновки

та сформульовано пропозиції, але вони не є достатньо аргументованими, може бути оцінена на "добре".

Робота, в якій зроблено власну оцінку різноманітних джерел, використані кількісні методи дослідження, побудована формалізована модель проблеми, зроблені власні дослідження, розрахунки і на їх основі - аргументовані висновки та обґрунтовані пропозиції, може бути оцінена на "відмінно".

Оцінюється курсова робота за 100 бальною шкалою.

Критерії оцінювання курсової роботи та переведення балів у систему ECTS

Рівні компетентності	Оцінювання			Критерії оцінювання
	За національною шкалою	За шкалою ECTS	За шкалою ВП НУБіП «ІЕК»	
1	2	3	4	5
Високий (дослідницький)	відмінно	A (відмінно)	90-100	<ul style="list-style-type: none"> ✓ зроблено власну оцінку різноманітних джерел, ✓ використані кількісні методи дослідження, ✓ побудована формалізована модель проблеми, ✓ зроблені власні дослідження, розрахунки і на їх основі - аргументовані висновки та обґрунтовані пропозиції, ✓ робота містить наукову новизну, практичну значимість, ✓ студент зумів захистити сформульовані положення та висновки, ✓ відповідність оформлення встановленим

Достатній (частково-пошуковий)	добре	В (дуже добре)	82-89	<ul style="list-style-type: none"> ✓ зроблено власну оцінку використаних джерел, ✓ самостійно проаналізовано підібраний статистичний матеріал, ✓ звітні дані підприємства/організації, на базі якого досліджувалася тема, ✓ зроблені висновки та сформульовано пропозиції, але вони не є достатньо аргументованими, ✓ робота містить наукову новизну, практичну значимість, ✓ відповідні оформлення встановленим вимогам.
		С (добре)	75-81	<ul style="list-style-type: none"> ✓ зроблено власну оцінку використаних джерел, ✓ самостійно проаналізовано підібраний статистичний матеріал, ✓ оброблені звітні дані підприємства/ організації, на базі якого досліджувалася тема ✓ висновки та пропозиції не є достатньо аргументованими ✓ робота містить практичну значимість, ✓ студент зумів захистити сформульовані положення та висновки, ✓ відповідність оформлення встановленим вимогам.

Елементарний (репродуктивний)	Задовільно	D (задовільно)	69-74	<ul style="list-style-type: none"> ✓ розкрито тему, ✓ прореферовані використані джерела, ✓ здійснено аналіз певної інформаційної та статистичної бази даних, ✓ сформульовано висновки без необхідного їх обґрунтування ✓ відповідність оформлення встановленим вимогам.
		E (достатньо)	60-68	<ul style="list-style-type: none"> ✓ розкрито тему, ✓ прореферовані використані джерела, ✓ здійснено аналіз певної інформаційної та статистичної бази даних, ✓ сформульовано висновки без необхідного їх обґрунтування
Низький (фрагментарний)	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)	35-59	<ul style="list-style-type: none"> ✓ курсова робота з ознаками плагіату знімається з розгляду, ✓ не розкрито тему, ✓ не проаналізовано використані джерела,
		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)	1-34	<ul style="list-style-type: none"> ✓ не здійснено аналіз певної інформаційної та статистичної бази даних, ✓ не сформульовано висновки без необхідного їх обґрунтування

11. Список рекомендованої літератури

Базова

Законодавчі і нормативні акти

1. Господарський кодекс України. {Із змінами, внесеними згідно із Законами України № 286-ІХ від 12.11.2019}.
2. Цивільний кодекс України./Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 40-44, ст.356. {Із змінами, внесеними згідно із Законами України від 12 липня 2018 року № 2505-VIII}.
3. Про ціни і ціноутворення. Закон України від 21 червня 2012 року/Відомості Верховної Ради (ВВР), 2013, № 19-20, ст.190. {Із змінами, внесеними згідно із Законами України від 19 жовтня 2017 року № 2168-VIII}.
4. Закон України "Про рекламу"/Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, №39, ст. 181. {Із змінами, внесеними згідно з Законами № 293-ІХ від 14.11.2019}.
5. Закон України "Про інформацію" №2657-12 від 02.10.92. {Із змінами, внесеними згідно із Законами № 324-ІХ від 03.12.2019}.
6. Закон України "Про захист прав споживачів" №1023-12 від 12.05.91. {Із змінами, внесеними згідно із Законами від 12.11.2019 № 286-ІХ}.
7. Закон України "Про захист від недобросовісної конкуренції"/Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 36, ст.164. {Із змінами, внесеними згідно із Законами № 286-ІХ від 12.11.2019}.
8. Закон України "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів"/Відомості Верховної Ради (ВВР), 2019, № 7, ст.41.
9. Постанова Кабінету Міністрів України. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів від 15 червня 2006 р. № 833.{Із змінами, внесеними згідно з Постановами КМ від 29 серпня 2018 року № 666, № 168 (168-2019-п) від 06.03.2019р.}.
10. Наказ Міністерства економіки України Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами від 19.04.2007р. № 104. {Із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі № 80 від 23.01.2018р.}.
11. Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами від 11.07.2003р. № 185. { Із змінами, внесеними згідно з Наказами Міністерства економіки № 21 (z0089-08, z0096-08) від 25.01.2008р.}.

Підручники (навчальні посібники)

12. Гариш О.М., Капелюшна Т.В., Мартиненко М.О. Організація торгівлі: навч. посіб. – К.: ДУТ. 2020. – 174 с

13. Мельник Т.Ю. Товарознавство : підручник (для студентів економічних спеціальностей). – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. – 364 с.
14. Дикань В.Л., Каграманян А.О., Каличева Н.Є. Товарознавство та комерційна діяльність: Підручник / В. Л. Дикань, А. О. Каграманян, Н. Є. Каличева та ін.; за ред. В. Л. Диканя. – Харків: УкрДУЗТ, 2018. – 362 с.
15. Артюх Т. М., Григоренко І. В. Теоретичні основи товарознавства : навч. посіб. Київ : НУХТ, 2014. 263 с.
16. Дикань Л.В. Товарознавство та комерційна діяльність: підручник. Х. - УкрДУЗТ, 2018. 369 с.
17. Семенюк, Д.П. Торговельне обладнання: підручник, Частина 1 С 30 / Д. П. Семенюк, В. О. Потапов ; Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. – Х., 2016. – 423 с.
18. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. – 572 с.
19. Торгівля та біржова діяльність в Україні: проблеми і стратегії розвитку : колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2018. 404 с.
20. Балджи М. Д., Допіра І. А., Однолько В. О.. Економіка та організація торгівлі: Навчальний посібник.- К.: Кондор, 2017. – 368 с.
21. Голошубова Н.О.. Організація торгівлі: Підручник. –К.: Київ. Нац. Торг.-екон. Ун-т, 2012. – 680 с.

Допоміжна

22. І.М. Сотник, Л.М. Таранюк. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. Підручник.- Суми.:Університетська книга, 2018. – 572 с.
23. О.І. Черевко, О.В. Новикова, В.О. Потапов. Обладнання підприємств сфери торгівлі: навч. посібник/ Черевко О.І., Новикова О.В., Потапов В.О.- К.: Ліра-К, 2010.- 648 с.

Інформаційні ресурси

24. Верховна Рада України <http://zakon.rada.gov.ua/>

25. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України.: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
26. Міністерство фінансів України <http://www.minfin.gov.ua>
27. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
28. Нормативні акти України - законодавство для практиків <http://www.nau.kiev.ua>
29. Офіційний вісник України <http://www.gdo.kiev.ua>
30. Газета «Все про бухгалтерський облік» <http://www.vobu.com.ua>
31. Газета «Урядовий кур'єр» <http://www.ukurier.gov.ua/>
32. Журнал «Вісник податкової служби України» <http://www.visnuk.com.ua/>
33. Журнал «Маркетинг и реклама» <http://www.mr.com.ua/>
34. Журнал «Техника продаж» <http://www.tehnikaprodazh.ru/>
35. Журнал «Бизнес-мания» <http://b-mania.ru/online/reklam/>
36. Рейтинг найбільших торгових мереж України. Режим доступу: <https://au.ua/novyni/top-10-krupnejshih/>.

12. Додатки

Додаток 1

ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ

1. Правила продажу товарів в магазині.
2. Організація і технологія роздрібної торгівлі продовольчими товарами, шляхи її вдосконалення.
3. Організація і технологія роздрібної торгівлі непродовольчими товарами, шляхи її вдосконалення.
4. Процес продажу та обслуговування покупців у магазині та шляхи його вдосконалення.
5. Місцезнаходження роздрібних торгових підприємств, його вплив на ефективну торгівлю.
6. Розвиток додаткових послуг в роздрібній торгівлі.
7. Мерчендайзинг в магазині як мистецтво продавати товари.
8. Рекламно-інформаційна підтримка в системі мерчендайзингу.
9. Процес ухвалення рішення про покупку як методологічний підхід до організації мерчендайзингу.
10. Мерчендайзинг як засіб створення іміджу магазину.
11. Оформлення магазину як фактор ефективної торгівлі.
12. Сучасні технології стимулювання збуту в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами.
13. Сучасні технології стимулювання збуту в роздрібній торгівлі продовольчими товарами.
14. Організація маркетингового управління торговим процесом в роздрібному торговельному підприємстві.
15. Атмосфера магазину, фактори що її формують.
16. Управління персоналом магазину.
17. Формування і управління асортиментом товарів в роздрібному торговельному підприємстві.
18. Організація роздрібної торгівлі та шляхи її вдосконалення.
19. Стан та шляхи вдосконалення роздрібної торгівлі непродовольчими товарами.
20. Завдання і основні напрямки вдосконалення торговельного обслуговування покупців.
21. Стан та шляхи вдосконалення роздрібної торгівлі продовольчими товарами.
22. Удосконалення організації і технології процесу купівлі - продажу в магазині з торгівлі товарами повсякденного попиту.
23. Удосконалення організації і технології процесу купівлі - продажу в магазині самообслуговування.
24. Організація комісійної торгівлі непродовольчими товарами та шляхи її вдосконалення.
25. Організація роботи дрібнороздрібних торгових підприємств і шляхи її вдосконалення.
26. Культура обслуговування покупців в магазині та шляхи її підвищення.
27. Активні форми продажу і їх ефективність.
28. Сучасні форми і методи роздрібного продажу товарів, їх ефективність.

Додаток 2

Зразок плану курсової роботи

Тема: Управління персоналом магазину

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІВННЯ ПЕРСОНАЛОМ МАГАЗИНУ

1.1 Сутність та соціально-економічне значення ефективного управління персоналом магазину

1.2 Концептуальні особливості та умови ефективного управління персоналом магазину

1.3 Методика оцінки рівня якості управління персоналом магазину

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАГАЗИНУ «ВСЕ ДЛЯ ДОМУ»

2.1 Організаційно-економічна характеристика діяльності магазину «ВСЕ ДЛЯ ДОМУ»

2.2 Характеристика стану управління персоналом магазину «ВСЕ ДЛЯ ДОМУ»

2.3 Формування системи управління персоналом магазину «ВСЕ ДЛЯ ДОМУ»

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІВННЯ ПЕРСОНАЛОМ МАГАЗИНУ «ВСЕ ДЛЯ ДОМУ»

3.1 Покращення процесу формування системи управління персоналом магазину «ВСЕ ДЛЯ ДОМУ»

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

Приклади оформлення бібліографічного опису списку джерел, який наводять у курсовій роботі

Вид джерела	Приклад оформлення
Монографії, підручники та навчальні посібники (один, два або три автори)	Блакита Г. В. Фінансова стратегія торговельних підприємств: методологічні та прикладні аспекти : монографія. К. : КНТЕУ, 2010. 244 с. Азрилиян А. Н. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. 6-е изд. доп. М.: Институт новой экономики, 2004. 1376 с.
Монографії, підручники та навчальні посібники (більше трьох авторів)	Навчальний економічний словник-довідник (політекономія, мікроекономіка, макроекономіка, економічний аналіз, економіка підприємства, менеджмент, маркетинг, фінанси, банки, інвестиції, біржова діяльність): Терміни, поняття, персоналії / Укладачі: В. С. Іфтемчук, В. А. Григорев, М. І. Манілич, Г. Д. Шутак / За наук. ред. Г. І. Башнянина і В. С. Іфтемчук. 2-ге видання, виправлене і доповнене. Львів: «Магнолія 2006», 2007. 688 с.
Багатотомні видання	Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3 / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. К.: Видавничий центр «Академія», 2002. 952 с.
Іноземні видання	Guns R., Rousseau R. Real and rational variants of the h-index and the g-index. Journal of Informetrics. 2009. Vol. 3, № 11. pp. 64-71.
Збірники наукових праць	Держилова В. О., Нехай В. А. Місце бухгалтерського обліку в інформаційній системі. Бухгалтерський облік, оподаткування, аналіз і аудит: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: II Міжнародна науково-практична конференція, 30 листопада 2016 р.: тези доповідей. Чернігів: Чернігівський національний технологічний ун-т, 2016. С. 78-79.
Статті періодичних виданнях	Бережніцка Дж., Блажинська Дж. Використання касового методу і методу нарахування в оцінці результатів діяльності підприємства. Облік і фінанси. 2016. № 3(73). С. 11-20.
Нормативно-правові акти	Про систему валютного регулювання і валютного контролю: Декрет Кабінету Міністрів України від 19.02.1993 р. № 15-93 [Електронний ресурс]. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/15-93
Електронні джерела	Информационно-методические материалы по построению систем управления URL: www.betec.ru/secure/index.php?id=2&sid=10&tid=17

Зразок оформлення титульного аркуша

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Курсова робота

з дисципліни _____
на тему _____
_____)
(за матеріалами _____)

Виконав(ла) студент(ка)
групи _____
спеціальності _____

_____)
(прізвище, ім'я, по батькові)

_____)
(підпис)

керівник _____
(прізвище, ім'я, по батькові,)