

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економічної теорії та фінансово-економічної безпеки



МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання курсової роботи з курсу

«КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ»

для студентів, які навчаються за освітньо-професійною програмою
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за спеціальністю
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань
07 «Управління та адміністрування» ступеня вищої освіти «Бакалавр»

Схвалено

Радою зі спеціальностей
075 "Маркетинг", 076 "Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність", га-
лузі знань 07 "Управління та адмініст-
рування"
Протокол № від 2022 р.

Одеса ОНТУ 2022

Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Комерційна діяльність» для студентів, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» першого рівня вищої освіти за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» СВО «Бакалавр» / Укл. Статєва М.С.– Одеса: ОНТУ, 2022 – 31 с.

Методичні вказівки розглянуті і рекомендовані до друку на засіданні кафедри економічної теорії та фінансово-економічної безпеки, протокол № 1 від 16.09. 2022 р

Укладач Статєва М.С., ст..викладач

В методичних вказівках викладені порядок виконання, структура, зміст і вимоги до оформлення курсової роботи з дисципліни «Комерційна діяльність». Методичні рекомендації відповідають вимогам програми підготовки бакалаврів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Відповідальний за випуск
в.о. завідувача кафедри ЕТ та ФЕБ

Ю. Г. Неустроєв, к.е.н.

ЗМІСТ

Структура та зміст курсової роботи	4
Вимоги до визначальних структурних елементів	4
Правила оформлення роботи	12
Підготовка курсової роботи до захисту та її захист	18
Тематика курсових робіт	19
Додаток А Плани курсових робіт відповідно до тематики	21
Додаток Б Зразок оформлення титульної сторінки курсової роботи та зразок оформлення завдання на курсову роботу	25
Додаток В. Зразок оформлення списку використаних джерел	28

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсові роботи є самостійними науковими роботами студентів, виконані на основі глибокого вивчення питань теми та їх творчої розробки.

Курсові роботи виконуються в установлені навчальним графіком строки під керівництвом наукового керівника.

До структури і змісту курсових робіт ставляться вимоги як до наукової праці (ДСТУ 3008-95. Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення).

Структура курсової роботи

Курсова робота складається з декількох структурних елементів:

- титульний аркуш (додаток Б);
- лист завдання;
- перелік умовних скорочень (за необхідністю);
- зміст;
- вступ;
- основна частина;
- висновки та рекомендації;
- список використаних джерел;
- додатки.

ВИМОГИ ДО ВИЗНАЧАЛЬНИХ СТРУКТУРНИХ ЕЛЕМЕНТІВ

ВСТУП

Коротко розкривається сутність і сучасний стан проблеми, перспективи її подальшого розвитку, обґрунтовується актуальність (доцільність) виконання теми, мета курсової роботи, виходячи з поставленої мети визначаються завдання, надається стисла характеристика майбутньому суб'єкту та об'єкту дослідження, вказується предмет дослідження. Обсяг вступу до 2-х аркушів тексту. Вступ розташовують на окремій сторінці.

РОЗДІЛ 1 Організація функціонування супермаркету

1.1 Документація, що забезпечує діяльність роздрібного торговельного підприємства та його підрозділів

1.2 Роль і значення товарних ресурсів у задоволенні купівельного попиту населення. Формування асортименту

1.3 Методи оцінювання конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства

Проводиться аналіз наукової літератури з обраної теми. Структура огляду літератури визначається темою роботи.

Використані літературні джерела повинні бути занесені до списку літератури, що дозволяє оцінити науковий рівень курсової роботи, правильність вибору шляхів та засобів висвітлення поставленої мети.

Працюючи над оглядом літератури з теми курсової роботи, студент вивчає:

- спеціальну літературу: законодавчі державні матеріали, монографії, статті у періодичних виданнях (журналах відповідних галузей промисловості; реферативних збірниках; збірниках наукових праці, вищих навчальних закладів та науково-дослідних інститутів; газетах);

- інструкції і документи нормативного характеру, відомчі джерела, накази, циркулярні листи відповідних міністерств України;

- правила торгівлі;

- довідкову літературу.

Аналізуючи дані літератури, необхідно намагатись висловлювати своє ставлення до проблеми.

Обсяг розділу 1 має складати 15-18 сторінок.

РОЗДІЛ 2 Загальна організаційно-економічна характеристика роздрібно-торговельного підприємства

2.1 Оцінка комерційної роботи супермаркету

Дається характеристика підприємства (загальна інформація, площа, склад приміщень, відділи, товарообіг, фінансові показники діяльності)

Система показників оцінки комерційної роботи підприємств торгівлі

Напрямок комерційної діяльності	Показник ефективності комерційної роботи
Характеристика торговельного підприємства, його статус.	Форма власності, його юридична адреса, можливо історична довідка, архітектурно-планове рішення споруди, тип підприємства, його спеціалізація, укажіть у якому районі перебуває магазин, його основну місію
Робота з постачальниками, договірні відносини Планування товарної пропозиції та забезпечення товарами.	Вибір постачальників, використовуючи метод балових оцінок. Канали товаропостачання (використання однорівневих поставок) Ступінь виконання договірних зобов'язань постачальниками Ступінь відповідності товарних запасів нормативу (асортиментному переліку). Ритмічність надходження товарів по асортименту
Формування асортименту і управління товарними запасами.	Відповідність обсягу й структури товарної пропозиції обсягу й структурі купівельного попиту Широта асортименту Повноти асортименту Коефіцієнт відновлення асортименту Коефіцієнт стабільності асортименту

Планування торговельного залу, викладення товарів	Відповідність асортименту типу магазину, його спеціалізації Ефективність розміщення й використання торговельного встаткування Настановна площа, виставочна площа, відповідність нормативам Рентабельність рекламних заходів
Рівень обслуговування торговельного підприємства	Таблиця далі

Перший блок показників – Характеристика торговельного підприємства, його статус.

Методичні рекомендації:

Студент для правильного виконання даного завдання повинен виконати наступні роботи:

1. Ознайомитися зі статутом підприємства, на прикладі якого, виконується робота.
2. Вказати назву підприємства, його юридична адресу, форму власності, тип магазину, спеціалізацію, загальну торговельну площу, і площа торговельного залу, метод обслуговування.
3. Відзначити фактори, що впливають на формування асортименту і спеціалізацію.
4. Перелічити додаткові послуги, надавані покупцям у даному торговельному підприємстві.
5. Історичну довідку, традиції, особливості даного підприємства.
6. Вивчити асортимент торговельного підприємства, порівняти його з асортиментним переліком і зробити відповідні розрахунки (широта асортименту, глибина асортименту)
7. Визначити коефіцієнт відновлення асортименту, коефіцієнт стабільності асортименту і порівняти їх з нормативами.
8. Розрахунки представити в таблиці й зробити висновки про пророблену роботу.

Другий і третій блок показників – Робота з постачальниками, договірні відносини *Планування товарної пропозиції й забезпечення товарами* – складається з восьми показників, що відображають планований ріст товарообігу підприємств, зміна в його структурі на основі товарної пропозиції, обсяг планованого валового доходу, товарних запасів, товарооборотність, якість товару. Ці показники становлять основу планів закупівлі товарів, вибору постачальників, визначення умов поставки, асортиментів, строків, цін і розрахунків з постачальниками і т.д. Чим вище індекси цих показників, тем ефективніше господарські зв'язки. Тут значення мають довгостроковість, ступінь сталості господарських зв'язків і особливе виконання договірних зобов'язань.

Тому що той самий товар фігурує в комерційних справах, то істотного збільшення сукупного товарообігу не спостерігається. Разом з тим з розвитком конкуренції на споживчому ринку з'явилася реальна можливість у підприємств торгівлі вибору вигідних постачальників. Одночасно у формуванні товарної пропозиції підсилюється роль місцевих товаровиробників у проведенні продуктів харчування.

Результативність господарських зв'язків як найважливішого напрямку комерційної діяльності багато в чому визначає правильність вибору постачальника й форм здійснення торговельних угод. Кількість постачальників, частота завезення товарів, залежить від типу магазину, потужності магазину, асортиментного профілю які є визначальної при формуванні асортиментів і обсягів товарообігу. Зі збільшенням торговельної площі збільшується

частота завезення товарів, а, отже, і товарооборотність. Ощадливіше витрачаються в цілому кошти підприємства.

Найбільша результативність комерційної діяльності спостерігається на великих підприємствах різних форм власності й пояснюється наявністю довгочасних господарських зв'язків з великими постачальниками. Це забезпечує високу поінформованість фахівців цієї групи підприємств про ринкову ситуацію на теперішній момент і її перспективах. Дрібні й середні підприємства, позбавлені такої можливості, у своїй діяльності опираються найчастіше на нерегулярні, випадкові зв'язки. Основними постачальниками товарів для них є різного роду посередники, що не тільки ускладнює фактичний облік товарообігу, але й приводить до істотного росту споживчих цін і практично повній відсутності контролю якості товару.

Методичні рекомендації:

Студент для правильного виконання даного завдання повинен виконати наступні роботи:

1. Вивчити постачальників даного торговельного підприємства.
2. Визначити канали товаропостачання (однорівневі, дворівневі і т.д.)
3. Визначити, кому з постачальників віддати перевагу, при продовженні договірних відносин, використовуючи матричний метод для оцінки постачальника товарів.

Найменування критерію вибору	Значимість критерію	Постачальник 1	Постачальник 2	Постачальник 3	Постачальник 4
<i>Надійність поставок</i>	0,3	10	9	10	8
<i>Час на виконання замовлення</i>	0,2	8	6	7	10
<i>Ціна товару</i>	0,4	7	6	10	8
<i>Фінансове становище</i>	0,1	10	6	8	8
Рейтинг постачальника, бали		?	?	?	?

4. Відповідь обґрунтуйте.

Четвертий блок – Планування торговельного залу, викладення товарів

Цей напрямок комерційної діяльності нерозривно пов'язане із блоками, що характеризують планування товарної пропозиції й формування асортиментів товарів. Саме в результаті пропозиції товарів споживачеві формується попит, а в результаті аналізу попиту населення здійснюється закупівля товарів і визначається асортиментна й цінова політика. У цьому блоці важливе місце займає рекламна робота торговельних і виробничих підприємств.

Методичні рекомендації:

Студент для правильного виконання даного завдання повинен виконати наступні роботи:

1. Вивчити роботу торговельного підприємства по вивченню попиту населення на пропонуваній товар.
2. Вивчити рекламну роботу в магазині, указати й дати оцінку ефективності використання рекламних коштів у магазині. (Привести приклад + і – приймань реклами в магазині).

П'ятий блок – Рівень обслуговування торговельного підприємства

Методичні рекомендації:

Студент для правильного виконання даного завдання повинен виконати наступні роботи:

1. Проаналізувати показники таблиці стосовно до свого підприємства

Показники	Способи оцінки
Стабільність і широта асортименту	Коефіцієнт стабільності даного товару за певний відрізок часу
Дотримання технології обслуговування покупців	Дотримання фактичної технології обслуговування нормативам певного типу магазинів (коефіцієнт відповідності)
Витрати споживання	Середній обсяг витрат часу на очікування обслуговування в години пік (хв)
Активність продажів товарів, професійна майстерність працівників, що обслуговують покупців	Рівень професійної майстерності працівників секції, відділу, зміни, установлений на основі росту оцінки професійної підготовки продавців і матеріалів атестації
Організація торговельної реклами й інформації	Якість оформлення вітрин, викладення товарів, наявність анотацій на товари, правильне оформлення цінників, інформації
Надання покупцям послуг	Кількість видів торговельних і інших послуг, надаваних покупцям і їх відповідність передбаченим стандартам підприємства
Завершеність покупки	Частка покупців, у загальній чисельності покупців, що зробили покупки, що виявили інтерес до товару (за певний відрізок часу)
Якість обслуговування на думку покупців	Оцінка якості торговельного обслуговування за результатами опитування покупців

2. Вивчити на підставі фактичних даних за товарообігом, прибутком, витратам обігу, темпи росту й перспективи розвитку торговельного підприємства Для більшої наочності студентам рекомендується дані дослідження й отримані результати оформити в таблиці або у вигляді діаграми.

Надати схему торговельного залу

2.2 Організаційна схема управління супермаркетом

Надається схема управління, функції, які виконують в управлінні.

2.3 Аналіз асортименту відділу.....

1. Дайте визначення підкласу, групи, підгрупи, види, різновиди, приведіть приклади.
2. Складіть класифікацію продовольчих (непродовольчих) товарів.

Клас: продовольчі товари або харчові продукти		
Підклас	Група однорідних товарів	Вид, різновиди (приклади)
Товари рослинного походження	Зернові	Гречка (ядриця й просмикнув)
	Плодовоовочеві	Бульбоплоди (картопля, топінамбур)
	Маргарінова продукція	

Товари тваринного походження	Харчові й тваринні жири	
------------------------------	-------------------------	--

Відповідальність за достовірність усіх даних, наведених у курсовій роботі, несе її автор.

Орієнтовний обсяг розділу 2 – 20-25 сторінок.

РОЗДІЛ 3 Управління товарними запасами та конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства

3.1 Формування асортименту відділу..... (АВС-аналіз, ситуаційна задача)

Правило Парето, або принцип «80/20».

Одним з універсальних і розповсюджених методів аналізу асортименту є метод АВС – аналізу.

Перший етап.

Приклад:

АВС-аналіз асортименту продуктового супермаркету за групами.

Об'єктом аналізу служать товарні групи продуктового магазину.

Параметром виміру для початку буде служити обсяг продажів. Нас буде цікавити внесок кожної групи в загальний обсяг продажів за квартал.

Крок №1: Аналіз асортименту за групами.

Оцінюється період 3 місяця. Першим кроком є збір даних за квартал. Як бачимо з таблиці, даних дуже багато й неможливо відразу оцінити внесок кожної групи в загальний оборот магазину.

Крок №2: Дані відсортовані за групами у порядку убування їх частки в обороті. У нашому прикладі вводиться додатковий параметр: частка кожного продукту в обороті. Далі проводиться сортування по убуванню частки в обороті.

Крок №3: У нашому прикладі ми вводимо ще два стовпчики: **частку в обороті накопичувальним підсумком і властиво групи А, В, і С.** Частка в обороті дозволяє нам побачити перші 50% внеску в оборот, потім наступні 30% і, що нарешті залишилися 20% товарів.

Висновок по першому етапу завдання:

Проаналізувавши, таким чином, внесок кожної групи в оборот магазину можна сказати, що такі групи як х/б вироби, чай-кава потребують розвитку. Можливо, ці групи недостатньо представлені в магазині або по них неадекватне ціноутворення. Також можливо ці товари попадають під тверду конкуренцію усередині району – напроти перебуває спеціалізований магазин «Чай-Кава» або «Булочна».

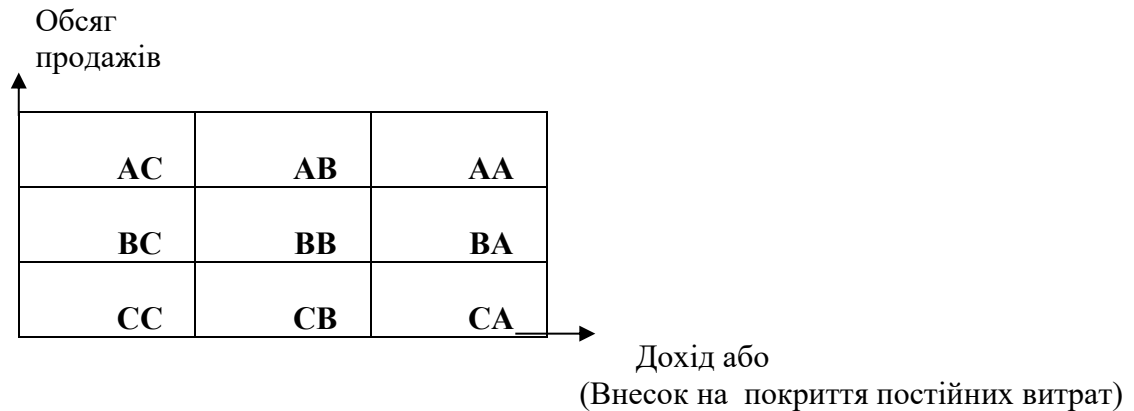
Що в такому випадку можна почати, щоб виправити ситуацію?

Другий етап:

Однак аналіз по групах дає лише узагальнюючу оцінку груп. Щоб довести наш аналіз до логічного кінця, ми додамо ще один параметр – прибутковості по кожній групі товарів. І розрахуємо його точно так само, як ви це робили на першому етапі роботи.

Після того як робота буде виконана, переходимо до аналізу матриці:

Провівши АВС аналіз по двом параметрам, можна скласти комбінацію із двох параметрів:



Класифікація товарів

AA – найцінніші товари; Товари, які користуються попитом, продаються добре й приносять високий дохід. Це зразок «ідеального товару, мрія всіх роздрібних торговців.

AB – товари, що мають високі обороти й середній рівень прибутковості;

AC – товари, що мають високі обороти й низький рівень прибутковості. Швидше за все, це товари масового попиту, ціни на які відомі, тому приблизно рівні у вас і в конкурентів. Завдяки своїй «масовості» магазин не може встановити на них високу націнку. На цих товарах не заробляють, а тримають ці товари для забезпечення купівельного потоку.

BA- товари, що мають середні обороти й високий рівень прибутковості. Щодо таких товарів слід подбати про втримання або збільшення продажів, щоб вони не «пустилися» у групу **CA**.

BB - товари, що мають середні обороти й середній рівень прибутковості.

BC - товари, що мають середні обороти й середній рівень прибутковості. Велика ймовірність переміщення цих товарів у групу **CC** - погано продавані або низькододаткові товари. Завдання: збільшити продажі або прибутковість.

CA - товари, що мають низькі обороти й високий рівень прибутковості. Це рідкі або ексклюзивні товари, дорогі, що й мають високу націнку. Необхідно докладати зусиль для просування й збільшення продажів.

CB - товари, що мають низькі обороти й середній рівень прибутковості. Велика ймовірність переміщення цих товарів у групу **CC**.

CC – найменш цінні для компанії товари; необхідно розглянути можливості заміни ряду товарів із цієї групи, а також оцінити ефективність виключення найменш прибуткових товарів. Перш ніж ухвалити рішення щодо виведення цих товарів з асортименту, потрібно з'ясувати причину влучення цих товарів у групу **CC**.

3.2 Оцінка конкурентоспроможності торговельних підприємств

Оцінка конкурентоспроможності може проводитися різними методами:

- метод різниць;
- метод рангів;
- бальна оцінка конкурентоспроможності;
- метод “еталону” (графічний метод)

Орієнтовний обсяг розділу 3 – 10-15 сторінок.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Висновки є логічним продовженням аналізу теоретичного, аналітичного і експериментального матеріалу попередніх розділів. Вони повинні бути конкретними, короткими, у вигляді пунктів і викладені обов'язково на основі поставлених задач та результатів, отриманих при виконанні курсової роботи. На основі отриманих висновків у роботі слід викласти **рекомендації** щодо ефективного використання результатів дослідження, які повинні мати реальність впровадження і обґрунтованість. Обсяг висновків - до 2-х сторінок. Висновки і пропозиції є завершальною частиною роботи і у значній мірі визначають якість курсової роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

До списку літературних джерел включають усі використані джерела (15-20 найменувань).

Перелік джерел, на які є посилання в курсової роботі, наводять у кінці тексту роботи, починаючи з нової сторінки. У відповідних місцях тексту мають бути посилання. Список використаних джерел слід розміщувати одним із таких способів: у порядку посилань у тексті, у алфавітному порядку прізвищ перших авторів, у хронологічному порядку.

Список використаних джерел складають відповідно до чинних стандартів з бібліотечної та видавничої справи (ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання).

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ РОБОТИ

1 Загальні вимоги

Курсова робота має бути виконана рукописним або комп'ютерним способом. Робота оформляється на аркушах формату А4 (210 x 297 мм) через 1,5 інтервали із розрахунку не більше 40 рядків на сторінці (з висотою знаків не менше 1,8 мм). Розміри поля: верхнє та нижнє 20 мм, лїве 25 мм, праве - 15 мм., 14 шрифтом Times New Roman, відступ тексту 1,25 см.

Обсяг основного тексту орієнтовно має складати 55-65 сторінок рукописного або 45-50 сторінок машинописного тексту, з них більше за 60% мають припадати на аналітичну та експериментальну частину.

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

Друкарські помилки, описки і графічні неточності, які виявилися в процесі написання роботи, можна виправляти підчищенням або зафарбуванням білою фарбою і нанесенням на тому ж місці або між рядками виправленого тексту (фрагменту малюнка) машинописним способом або від руки. Допускається наявність не більше двох виправлень на одній сторінці.

Роздруковані на ЕОМ програмні документи повинні відповідати формату А4 (мають бути розрізаними), їх включають до загальної нумерації сторінок роботи і розміщують, як правило, в додатках.

Текст основної частини роботи поділяють на розділи, підрозділи, пункти та підпункти.

Заголовки структурних частин роботи "ЗМІСТ", "ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ", "ВСТУП", "РОЗДІЛ", "ВИСНОВКИ", "СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ", "ДОДАТКИ" друкують великими літерами напівжирним посередині симетрично до тексту. Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами зокрема першої великої з абзацного відступу напівжирним. Крапку в кінці заголовка не ставлять. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою.

Відстань між заголовком (за винятком заголовка пункту) та текстом повинна дорівнювати 1,5 інтервали.

Кожну структурну частину роботи (розділ) треба починати з нової сторінки.

До загального обсягу роботи входять додатки, список використаних джерел, таблиці та рисунки, які повністю займають площу сторінки.

2 Нумерація

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів, малюнків, і таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака №.

Першою сторінкою роботи є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок роботи. На титульному аркуші номер сторінки не ставлять, на наступних сторінках номер проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці.

Такі структурні частини роботи, як зміст, перелік умовних позначень, вступ, висновки, список використаних джерел не мають порядкового номера, тобто не можна друкувати: "1.ВСТУП" або "Розділ 6. ВИСНОВКИ".

Номер розділу ставлять після слова "РОЗДІЛ", після номера крапку не ставлять, потім з нового рядка друкують заголовок розділу. Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. В кінці номера підрозділу не повинна стояти крапка, наприклад "2.3" (третій підрозділ другого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок підрозділу.

Пункти нумеруються у межах кожного підрозділу. Номер пункту складається з порядкових номерів розділу, підрозділу, пункту, між якими ставлять крапку. В кінці номера не повинна стояти крапка, наприклад: "1.3.2" (другий пункт третього підрозділу першого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок пункту.

Підпункти нумерують у межах кожного пункту за такими ж правилами, як пункти.

Ілюстрації (фотографії, креслення, схеми, графіки) і таблиці необхідно подавати в роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Рисунки і таблиці, які розміщені на окремих сторінках роботи, включають до загальної нумерації сторінок. Таблицю, рисунок або креслення, розміри якого більше формату А4, враховують як одну сторінку і розміщують у відповідних місцях після згадування в тексті і або у додатках.

Рисунок позначають словом "Рис." і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком рисунків, поданих у додатках. Номер рисунка повинен складатися з номера розділу і порядкового номера рисунка, між якими ставиться крапка. Наприклад: Рис. 1.2 (другий рисунок першого розділу). Номер рисунка, його назва і пояснювальні підписи розміщують послідовно під рисунком. Якщо в роботі подано один рисунок, то його нумерують за загальними правилами.

Таблиці нумерують послідовно (за винятком таблиць, поданих у додатках) в межах розділу. Номер таблиці повинен складатися з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка, наприклад: "Таблиця 1.2. -" (друга таблиця першого розділу).

Формули в роботі (якщо їх більше одної) нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Номери формул пишуть біля правого поля аркуша на рівні відповідної формули в круглих дужках, наприклад: (3.1) (перша формула третього розділу).

3 Рисунки

Кожен рисунок має відповідати тексту, а текст - рисунку. Назви рисунків розміщують після їхніх номерів. При необхідності рисунки доповнюють пояснювальними даними. В тексті повинна бути посилання на рисунок.

Приклад оформлення рисунка: Основні етапи створення підприємства (рис. 3.1).

4 Таблиці

Цифровий матеріал, як правило, повинен оформлятися у вигляді таблиць. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею і друкують симетрично до тексту. Назва і слово «Таблиця» починають з великої літери. Назву не підкреслюють.

Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті таким чином, щоб її можна було читати без повороту переплетеного блоку роботи або з поворотом за годинниковою стрілкою. Таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на інший аркуш.



Рис. 3.1 – Основні етапи створення підприємства

Якщо текст, який повторюється в графі таблиці, складається з одного слова, його можна замінити лапками. Якщо з двох або більше слів, то при першому повторенні його замінюють словами "Те ж саме", а далі лапками. Ставити лапки замість цифр, знаків, математичних і хімічних символів, які повторюються, не слід. Якщо цифрові або інші дані в якому-небудь рядку таблиці не подають, то в ньому ставлять прочерк.

Приклад оформлення таблиці:

Показники, чисельність працюючих та структура кадрів у відсотковому відношенні вказані в табл. 4.1.

Таблиця 4.1 – Аналіз складу та структури персоналу підприємства

Показник	Чисельність працюючих, осіб			Структура кадрів, %		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Середньооблікова чисельність працюючих, осіб.	202	199	173	-	-	-
з них працівники основної діяльності:	200	195	168	100	100	100
– робітники	158	159	135	79	82	80

Якщо таблиця переноситься на другий аркуш:

Продовження табл. 4.1

Показник	Чисельність працюючих, осіб			Структура кадрів, %		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
– керівники;	12	12	10	6	6	6
– спеціалісти;	16	9	11	8	5	7
– службовці	14	15	12	7	8	7

5 Формули

При використанні формул необхідно дотримуватися певних техніко-орфографічних правил.

Формули розміщують на окремих рядках. Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів треба подавати безпосередньо під формулою в тій послідовності, в якій вони подані у формулі. Значення кожного символу і чи-

слового коефіцієнта треба подавати з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова "де" без двокрапки.

Порядкові номери формул позначають арабськими цифрами в круглих дужках біля правого поля сторінки без крапок від формули до її номера.

6 Загальні правила цитування та посилання на використані джерела

При написанні роботи автор повинен давати посилання на джерела, матеріали або окремі результати з яких наводяться в роботі.

Посилання в тексті роботи на джерела слід зазначати порядковим номером за переліком посилань, виділеним двома квадратними дужками.

Приклад:

Так, Ф. Котлер визначає послуги як «будь-який захід або вигоду, що одна сторона може запропонувати іншій і, які, в основному, невловимі і не призводять до оволодіння будь-чим. Виробництво послуг може бути, а може і не бути пов'язане з товаром у його матеріальному вигляді» [2].

7 Оформлення списку використаних джерел

Список використаних джерел - елемент бібліографічного апарату, котрий містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків.

Бібліографічний опис складають безпосередньо за друкованим твором або виписують з каталогів і бібліографічних показників повністю без пропусків будь-яких елементів, скорочення назв і т. ін. Завдяки цьому можна уникнути повторних перевірок, вставок пропущених відомостей.

Джерела можна розміщувати одним із таких способів: у порядку посилань у тексті (найбільш зручний для користування і рекомендований при написанні роботи), в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків, у хронологічному порядку.

Відомості про джерела, включені до списку, необхідно давати відповідно до вимог державного стандарту з обов'язковим наведенням назв праць.

Приклади оформлення бібліографічного опису у списку джерел наведені в додатку Б.

8 Додатки

Додатки оформлюють як продовження роботи на наступних її сторінках, розмішую їх у порядку появи посилань у тексті роботи.

Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово "Додаток " і велика літера, що позначає додаток.

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь, наприклад, додаток А, додаток Б і т. д. Один додаток позначається як додаток А.

Текст кожного додатка за необхідності може бути поділений на розділи й підрозділи, які нумерують у межах кожного додатка. У цьому разі перед кожним номером ставлять позначення додатка (літеру) і крапку, наприклад, А. 2 - другий розділ додатка А; В.3.1 - перший підрозділ третього розділу додатка В.

Ілюстрації, таблиці і формули, які розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка, наприклад: рис. Д.1.2 - другий рисунок першого розділу додатка Д; формула (А. 1) - перша формула додатка А.

9. ПІДГОТОВКА КУРСОВОЇ РОБОТИ ДО ЗАХИСТУ ТА ЇЇ ЗАХИСТ

Виконана курсова робота у встановлений термін, передбачений календарним графіком виконання курсових робіт, подається на кафедру маркетингу, підприємництва та торгівлі. Не допускається порушення графіка здачі курсової роботи на кафедру.

За один-два тижня до захисту роботу переглядає керівник роботи. Якщо при перегляді роботи виявлені грубі помилки, студент має їх усунути у встановлений час без переносу терміну захисту. Керівник курсової роботи визначає оцінку за її зміст, своєчасність, оформлення.

Захист курсової роботи відбувається за графіком захисту робіт, затвердженим кафедрою. Захист курсової роботи за межами графіка без поважних причин знижує загальну оцінку курсової роботи.

Захист курсових робіт відбувається усно, в призначені строки, перед комісією в складі трьох викладачів (один із яких - керівник роботи, а два інші - ведучі викладачі кафедри маркетингу, підприємництва та торгівлі). Під час захисту студент має зробити доповідь з використанням мультимедійних засобів презентації. Орієнтовний час доповіді – 5-7 хвилин.

Захист роботи є складовою частиною формування загальної оцінки якості виконання курсової роботи.

За підсумками захисту (довідь і відповіді на питання за темою роботи) комісія оцінює роботу. Позитивна оцінка заноситься в залікову відомість і залікову книжку студента. Структура формування оцінки за курсову роботу наведена у табл. 9.1.

Таблиця 9.1 – Структура оцінки за виконання та захист курсової роботи

Параметр	мінімум	максимум
розкриття теоретичних питань	5	8
якість аналітичної частини	10	16
обґрунтованість рекомендацій та пропозицій (заходів)	10	16
своєчасність	4	7
оформлення	4	7
самостійність	7	11
захист	20	35
Разом	60	100

ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ

1. Організація і технологія роздрібної торгівлі окремими видами непродовольчих товарів, шляхи її вдосконалення (на прикладі торговельної організації або магазину).
2. Організація і технологія роздрібної торгівлі окремими видами продовольчих товарів, шляхи її вдосконалення (на прикладі торговельної організації або магазину).
3. Комерційна діяльність на ринку товарів і послуг, шляхи її вдосконалення.
4. Проблеми встановлення, напрямки і перспективи розвитку оптового ринку товарів та послуг в умовах сучасного розвитку економіки України.
5. Приватна торгівля на українському оптовому ринку товарів.
6. Нові комерційні структури в торгівлі і перспективи їх розвитку.
7. Суб'єкти комерційної діяльності на оптовому ринку товарів і послуг.
8. Сучасні оптові (гуртові) торгові організації і підприємства, їх комерційної функції.
9. Організація комерційної діяльності оптового підприємства.
10. Організація комерційної діяльності виробничого підприємства.
11. Стан та перспективи розвитку оптового ринку регіону (за матеріалами регіону, області, України).
12. Оптова база та її комерційні функції (за матеріалами оптової бази).
13. Логістична система комерційної діяльності промислового підприємства
14. Досвід впровадження досягнень науково-технічного прогресу у комерційну діяльність ринку товарів та послуг.
15. Організаційно-правове забезпечення взаємодії суб'єктів комерційної діяльності.
16. Комерційна діяльність з оптової закупівлі та продажу конкретної групи товарів
17. Організація постачання роздрібної торговельної мережі товарами (за матеріалами підприємств різних форм власності).
18. Обґрунтування потреби в товарах.
19. Джерела закупок і постачання, їх вивчення, оцінка і вибір.
20. Комерційна робота по закупівлі товарів на оптових ярмарках і поза ними.
21. Ефективність комерційної діяльності торгівлі.
22. Комерційна діяльність з організації виробництва та збуту виробів
23. Організація комерційної діяльності спільних підприємств.
24. Формування асортименту товарів на оптовому підприємстві (за матеріалами оптових підприємств різних форм власності).
25. Формування комерційних взаємовідносин з постачальниками при оптових закупівлях товарів (за матеріалами оптових підприємств різних форм власності).
26. Комерційна діяльність із оптових закупівель товарів на біржах та її ефективність (за матеріалами підприємства, організації, об'єднання).

27. Реклама та інформація в комерційній роботі оптових торговельних підприємств.
28. Організація комерційної роботи з оптового продажу товарів (за матеріалами оптових підприємств різних форм власності).
29. Комерційне забезпечення товаропостачання роздрібною торговельною мережі (за матеріалами торговельних підприємств).
30. Організація комерційної діяльності в роздрібній торгівлі (за матеріалами підприємств роздрібною торгівлі).
31. Формування асортименту товарів в роздрібній торговій мережі (за матеріалами роздрібних торговельних підприємств різних форм власності).
32. Формування та управління асортиментом товарів в супермаркеті.
33. Організація рекламно-інформаційної діяльності в роздрібній торгівлі та її ефективність (за матеріалами роздрібного торговельного підприємства, організації).
34. Управління комерційною діяльністю (за матеріалами підприємства, організації, об'єднання).
35. Ризик у комерційній діяльності суб'єктів господарювання (за матеріалами підприємства, організації, об'єднання).
36. Конкуренція та взаємодія суб'єктів на ринку товарів і послуг (за матеріалами підприємства, організації, об'єднання).
37. Шляхи підвищення ефективності комерційної діяльності (за матеріалами підприємства, організації, об'єднання).
38. Комерційна діяльність торговельного підприємництва в роздрібній торгівлі продовольчими товарами (на матеріалах малого торговельного підприємства)
39. Організація торговельно-посередницького підприємництва в оптовій торгівлі (на матеріалах малого торговельного підприємства).
40. Торговельне підприємництво в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами (на матеріалах малого торговельного підприємства).
41. Організація торговельного підприємництва фізичної особи (на матеріалах підприємця-фізичної особи).
42. Планування комерційної діяльності малого підприємства (за матеріалами магазину з торгівлі непродовольчими товарами).
43. Організація комерційної діяльності малого підприємства (за матеріалами малого підприємства).
44. Розробка бізнес-плану організації комерційної діяльності малого підприємства торгівлі: методика та розрахунок проекту (за матеріалами малого підприємства).
45. Комерційна діяльність роздрібною торгівлі ...*(конкретного товару)*
46. Формування асортименту ... *(конкретного товару)*(на матеріалах магазину)
47. Вплив реклами на активізацію продажу товарів (на матеріалах конкретного підприємства).

Додаток А
ПЛАНІ КУРСОВИХ РОБІТ ВІДПОВІДНО ДО ТЕМАТИКИ
для студентів спеціальності 076 “Підприємництво, торгівля та біржова
діяльність” СВО «Бакалавр»

ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНОЛОГІЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ОКРЕ-
МИМИ ВИДАМИ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ, ШЛЯХИ ЇЇ ВДОС-
КОНАЛЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ АБО
МАГАЗИНУ).

Зміст

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ОРГАНІЗАЦІЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУПЕРМАРКЕТУ

1.1 Документація, що забезпечує діяльність роздрібного торговельного підприємства та його підрозділів

1.2 Роль і значення товарних ресурсів у задоволенні купівельного попиту населення. Формування асортименту

1.3 Методи оцінювання конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2 ЗАГАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗДРІБНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

2.1 Оцінка комерційної роботи супермаркету

2.2 Організаційна схема управління супермаркетом

2.3 Аналіз асортименту відділу.....

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3 УПРАВЛІННЯ ТОВАРНМИ ЗАПАСАМИ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РОЗДРІБНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Формування асортименту відділу.....

3.2 Оцінка конкурентоспроможності супермаркету.....

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Зміст

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

1.1 Фінансова стратегія та її роль у системі стратегічного управління підприємством

1.2 Особливості формування фінансової стратегії підприємства роздрібною торгівлю на різних стадіях його життєвого циклу

1.3 Система ключових індикаторів фінансової стратегії підприємства роздрібною торгівлю

РОЗДІЛ 2 СТРАТЕГІЧНИЙ ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

2.1 Вплив чинників фінансового середовища на формування стратегічних фінансових цілей підприємств роздрібною торгівлю

2.2 Оцінка стану ресурсної складової фінансового потенціалу підприємств роздрібною торгівлю

2.3 Методичний інструментарій оцінки фінансових компетенцій підприємств роздрібною торгівлю

РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

3.1 Методи комплексної оцінки стратегічної фінансової позиції та фінансового потенціалу підприємств роздрібною торгівлю

3.2 Матричні моделі обґрунтування стратегічної фінансової позиції підприємств роздрібною торгівлю

3.3 Інтегрований підхід до формування фінансової стратегії підприємств роздрібною торгівлю з використанням системи цільових індикаторів

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

РИЗИК У КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮ- ВАННЯ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ПІДПРИЄМСТВА, ОРГАНІЗАЦІЇ, ОБ'ЄДНАННЯ)

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СУТНОСТІ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА РИЗИКУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Сутність невизначеності та економічного ризику

1.2. Класифікація ризиків у підприємницькій діяльності

1.3. Організація системи управління ризиками на підприємствах

РОЗДІЛ II. МЕТОДИКА ІНТЕГРАЛЬНОГО ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ ДІЯ- ЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....

2.1. Характеристика основних тенденцій розвитку підприємства.....та якісна оцінка його діяльності

2.2. Методи кількісної оцінки ризиків у підприємницькій діяльності

2.3. Інтегральний підхід до оцінювання ступеня ризиків підприємств

РОЗДІЛ III. ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Комплексна оцінка зовнішніх ризиків підприємств та дослідження їх впливу на суб'єкти господарювання

3.2. Комплексна оцінка внутрішніх ризиків підприємства Одеської області

3.3. Шляхи зниження впливу ризиків на діяльність підприємств

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ВЗАЄМОДІЯ СУБ'ЄКТІВ НА РИНКУ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ПІДПРИЄМСТВА, ОРГАНІЗАЦІЙ, ОБ'ЄДНАННЯ)

ЗМІСТ

ВСТУП

**РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ**

1.1. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та методи
діагностики

1.2. Фактори конкурентоспроможності підприємств

1.3. Методичні засади оцінки рівня конкурентоспроможності

**РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ
ПІДПРИЄМСТВ НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ**

2.1. Дослідження ринку України та місце компанії..... на ньому

2.2. Діагностика діяльності компанії

2.3. Оцінка конкурентної позиції підприємницької структури

**РОЗДІЛ III. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ**

3.1. Шляхи вдосконалення конкурентної позиції підприємств на
українському ринку

3.2. Рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності компанії

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ.....

Додаток Б

Одеський національний технологічний університет
Кафедра економічної теорії та фінансово-економічної безпеки

(повна назва кафедри)

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни _____ «КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ» _____
 (назва дисципліни)

на тему: _____ «Організація і технологія роздрібної торгівлі окремими видами
 непродовольчих товарів, шляхи її вдосконалення (на прикладі торговельної
 організації або магазину)» _____

Студента III курсу
 СВО Бакалавр групи _ _____
 спеціальності 076 «Підприємництво,
 торгівля та біржова діяльність»

_____ (прізвище, ініціали та підпис студента)

Керівник _____

_____ (посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище, ініціали та підпис)

Національна шкала _____

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS _____

Члени комісії

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

м. Одеса – 20__ рік

Міністерство освіти і науки України**Одеський національний технологічний університет**

(назва навчального закладу)

Факультет _____

Кафедра _____

ЗАВДАННЯ НА КУРСОВУ РОБОТУ_____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема курсової роботи _____

2. Термін здачі студентом закінченої роботи _____

3. Необхідні дані для виконання роботи

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які підлягають розробці)

5. Перелік графічного матеріалу (блок-схеми, графіки, креслення, малюнки)

6. Дата видачі завдання _____

Керівник _____

Завдання прийняв до виконання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

	Назва етапів курсової роботи	Термін виконання	Примітка

Студент _____

Керівник роботи _____

**Приклад оформлення списку джерел
згідно ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація.
Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання» з
урахуванням правок (код УКНД 01.140.40)**

Характеристика джерел	Приклад оформлення
Книги	
Один автор	Скидан О. В. Аграрна політика в період ринкової трансформації: монографія. Житомир : ЖНАЕУ, 2008. 375 с.
Два автора	Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом : навч. посіб. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Київ, 2005. 308 с.
Три автора	Скидан О. В., Ковальчук О. Д., Янчевський В. Л. Підприємництво у сільській місцевості : довідник. Житомир, 2013. 321 с.
Чотири автори	Методика нормування ресурсів для виробництва продукції рослинництва / Вітвіцький В. В., Кисляченко М. Ф., Лобастов І. В., Нечипорук А. А. Київ : Укראгропромпродуктивність, 2006. 106 с. Основимарикультури / Грициняк І. І. та ін. Київ : ДІА, 2013. 172 с.
П'ять і більше авторів	Екологія : навч. посіб. / Б. В. Борисюк та ін. Житомир, 2003. 174 с. Методи підвищення природної рибопродуктивності ставів / Андрющенко А. І. та ін. ; за ред. М. В. Гринжевського. Київ, 1998. 124 с.
Колектив авторів	Органічне виробництво і продовольча безпека : зб. матеріалів доп. учасн. III Міжнар. наук.-практ. конф. / Житомир. нац. агрокол. ун-т. Житомир : Полісся, 2015. 648 с.
Багатотомне видання	Підприємництво в Україні на межі тисячоліть : у 4 т. / гол. ред. В. В. Моргун. Київ : Логос, 2001. Т. 2. 636 с. Сорти рослин. В 40 т. Т. 36. Зернові колосові. Вып. 1. / И. В. Довгий. Київ : Наукова думка, 2012. 341 с.
За редакцією	Доклінічні дослідження ветеринарних лікарських засобів / за ред. І. Я. Коцюмбаса. Львів : Тріада плюс, 2006. 360 с.
Автор і перекладач	Котлер Ф. Основы маркетинга : учеб. пособие / пер. с англ. В. Б. Боброва. Москва, 1996. 698 с. Брігхем С. В. Основы финансового менеджмента / пер. з англ. В. Біленького та ін. Київ : Молодь, 1997. 998 с.
Частина видання	
Розділ книги	Саблук П. Т. Напрямок розвитку економіки в аграрній сфері виробництва. Основи аграрного підприємництва / за ред. М. Й. Маліка. Київ, 2000. С. 5–15.
Тези доповідей, матеріали конференцій	Зінчук Т. О. Економічні наслідки впливу продовольчих органічних відходів на природні ресурси віту. Органічне виробництво і продовольча безпека : зб. матеріалів доп. учасн. II Міжнар. наук.-практ. конф. Житомир : Полісся, 2014. С. 103–108. Скидан О. В., Судак Г. В. Розвиток сільськогосподарського підприємництва на кооперативних засадах. Кооперативні читання: 2013 рік : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 4–6 квіт. 2013 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2013. С. 87–91.
Статті з продовжуваних та періодичних видань	Якобчук В. П. Стратегічні пріоритети інноваційного розвитку підприємництва в аграрній сфері. Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Сер. Економіка. 2013. Вип. 148. С. 31–34.

	<p>Масловська Л. Ц., Савчук В. А. Оцінка результативності і ефективності виробництва органічної агропродовольчої продукції. <i>Агросвіт</i>. 2016. № 6. С. 23–28.</p> <p>Акмеологічні засади публічного управління / Є. І. Ходаківський та ін. <i>Вісник ЖНАЕУ</i>. 2017. № 1, т. 2. С. 45–58.</p> <p>Dankevych Ye. M., Dankevych V. Ye., Chaikin O. V. Ukraine agricultural land market formation preconditions. <i>Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis</i>. 2017. Vol. 65, №. 1. P. 259–271.</p>
Електронні ресурси	
Книги	<p>Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С. Товарна інноваційна політика : підручник. Суми : Університетська книга, 2007. 281 с. URL: ftp://lib.sumdu.edu.ua/Books/1539.pdf (дата звернення: 10.11.2017).</p>
Законодавчі документи	<p>Про стандартизацію: Закон України від 11 лют. 2014 р. № 1315. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1315-18 (дата звернення: 02.11.2017).</p> <p>Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектора економіки на період до 2020 року : проект / М-во аграр. політики та продовольства України. URL: http://minagro.gov.ua/apk?nid=16822 (дата звернення: 13.10.2017).</p>
Періодичні видання	<p>Періодичні видання Клітна М. Р., Брижань І. А. Стан і розвиток органічного виробництва та ринку органічної продукції в Україні. <i>Ефективна економіка</i>. 2013. № 10. URL: http://www.m.nauka.com.ua/?op=1&j=efektyvnaekonomika&s=ua&z=2525 (дата звернення: 12.10.2017).</p> <p>Neave H. Deming's 14 Points for Management: Framework for Success. <i>Journal of the Royal Statistical Society. Series D (The Statistician)</i>. 2012. Vol. 36, № 5. P. 561–570. URL: http://www2.fiu.edu/~revellk/pad3003/Neave.pdf (Last accessed: 02.11.2017).</p> <p>Colletta L. Political Satire and Postmodern Irony in the Age of Stephen Colbert and Jon Stewart. <i>Journal of Popular Culture</i>. 2009. Vol. 42, № 5. P. 856–874. DOI: 10.1111/j.1540-5931.2009.00711.x.</p>
Сторінки з веб-сайтів	<p>Сторінки з веб-сайтів Що таке органічні продукти і чим вони кращі за звичайні? Екологія життя : веб-сайт. URL: http://www.eco-live.com.ua (дата звернення: 12.10.2017).</p>
Інші видання	
Законодавчі і нормативні документи (інструкції, накази)	<p>Конституція України : станом на 1 верес. 2016 р. / Верховна Рада України. Харків : Право, 2016. 82 с.</p> <p>Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень : Закон України від 5 жовт. 2017 р. № 2164. Урядовий кур'єр. 2017. 9 листоп.</p> <p>Інструкція про порядок нарахування і сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування : затв. наказом М-ва фінансів України від 20 квіт. 2015 р. № 449. Все про бухгалтерський облік. 2015. № 51. С. 21–42.</p> <p>Про затвердження Порядку забезпечення доступу вищих навчальних закладів і наукових установ, що знаходяться у сфері управління Міністерства освіти і науки України, до електронних наукових баз даних : наказ М-ва освіти і науки України від 2 серп. 2017 р. № 1110. Вища школа. 2017. № 7. С. 106–107</p>

Стандарти	ДСТУ ISO 9001: 2001. Системи управління якістю. [Чинний від 2001-06-27]. Київ, 2001. 24 с. (Інформація та документація). СОУ–05.01-37-385:2006. Вода рибогосподарських підприємств. Загальні вимоги та норми. Київ : Міністерство аграрної політики України, 2006. 15 с. (Стандарт Мінагрополітики України)
Патенти	Комбайн рослинозбиральний універсальний : пат. 77937 Україна : МПК А01D 41/02, А01D 41/04, А01D 45/02. № а 2011 09738 ; заявл. 05.08.2011 ; опубл. 11.03.2013, Бюл. № 5
Авторські свідоцтва	А. с. 1417832 СССР, МКИ А 01 F 15/00. Стенка рулонного прес-подборщика / В. Б. Ковалев, В. Б. Мелегов. № 4185516 ; заявл. 22.01.87 ; опубл. 23.08.88, Бюл. № 31.
Дисертації, автореферати дисертацій	Романчук Л. Д. Оцінка джерел надходження радіонуклідів до організму мешканців сільських територій Полісся України : дис. ... д-ра с.-г. наук : 03.00.16 / Житомир. нац. агрокол. ун-т. Житомир, 2011. 392 с. Романчук Л. Д. Оцінка джерел надходження радіонуклідів до організму мешканців сільських територій Полісся України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра с.-г. наук : 03.00.16. Житомир, 2011. 40 с.
Препринти	Панасюк М. І., Скорбун А. Д., Сплошной Б. М. Про точність визначення активності твердих радіоактивних відходів гамма-методами. Чорнобиль : Ін-т пробл. безпеки АЕС НАН України, 2006. 7 с. (Препринт. НАН України, Ін-т пробл. безпеки АЕС 06-1).

Джерело: *Pryklady_DSTU_8302_2015.pdf*

http://lib.znau.edu.ua/jirbis2/images/phocagallery/2017/Pryklady_DSTU_8302_2015.pdf