

МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ  
ЩОДО ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ  
з дисципліни  
“УПРАВЛІННЯ ТОВАРИМ АСОРТИМЕНТОМ  
ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА”  
(для спеціалістів)**

Київ  
ДП «Видавничий дім «Персонал»  
2010

Підготовлено професором кафедри менеджмент організацій *М. О. Левченко*

Затверджено на засіданні кафедри менеджмент організацій  
(протокол № 3 від 24.11.08)

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом*

**Левченко М. О.** Методичні рекомендації щодо виконання курсової роботи з дисципліни “Управління товарним асортиментом торговельного підприємства” (для спеціалістів). — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2010. — 21 с.

Методичні рекомендації містять пояснювальну записку, методику виконання курсової роботи, їх орієнтовані плани та тематику, а також список літератури.

## **ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

Вивчення теоретичного матеріалу предмета “Управління товарним асортиментом торговельного підприємства” закріплюється виконанням індивідуального завдання – курсової роботи. Вона розробляється на основі детального вивчення і аналізу теоретичного матеріалу з проблеми, а також узагальнення передового вітчизняного та зарубіжного практичного досвіду управління в ринкових умовах. Її обсяг 25 – 30 сторінок рукописного тексту формату А – 4.

У методичних рекомендаціях висвітлено зміст і методику виконання курсової роботи, визначено порядок опрацювання вихідної статистичної та економічної інформації досліджуваних підприємств, літературних джерел, власних спостережень.

Використовуючи рекомендований методичний підхід, студент визначає тенденції чи закономірності розвитку конкретного економічного явища, пропонує висновки, вносить пропозиції.

### **МЕТОДИКА ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ**

#### **1. Мета і завдання**

Виконання курсової роботи сприяє закріпленню, поглибленню, узагальненню, використанню знань, набутих студентом на лекціях, практиках, семінарських заняттях, в ході самостійної роботи з вивчення курсу “Управління товарним асортиментом торговельного підприємства”.

Тему курсової роботи студенти обирають за участю викладача дисципліни. Викладач надає допомогу в опрацюванні плану курсової роботи, виборі літератури, а також контролює виконання роботи.

Курсова робота подається на перевірку в установлені терміни до початку екзаменаційної сесії. Після перевірки роботи викладачем, здійснюється її захист з оцінкою, як на іспиті.

#### **2. Підбір літератури та інших інформаційно-статистичних джерел**

Після обрання теми і узгодження з керівником студент починає вивчення літературних, джерел.

Важливі принципи положення, що мають актуальний характер, містяться у законах, прийнятих Верховною Радою України, указах Президента, постановах Кабінету Міністрів України.

Користуючись систематичними та абетковими каталогами бібліотек, студент складає список літературних джерел з теми курсової роботи: підручники, монографії, статті, нормативні і статистичні довідники. Ознайомлення з ними дозволяє обґрунтувати методику виконуваної курсової роботи.

Під час вивчення літератури необхідно підібрати окремі положення (цитати) і використати їх у певних розділах. Різноманітні статистико-інформаційні джерела та дані дають змогу здійснювати порівняльний аналіз розвитку тієї чи іншої сфери діяльності, виявити тенденції динаміки обсягів вироблюваної продукції, виконуваних робіт, надання послуг, розширення ринків збуту, порівнювати результати діяльності досліджуваного підприємства з аналогічними підприємствами, середніми показниками району, області, України.

### **3. Складання та затвердження плану**

Курсова робота – це вступ, три основні розділи, висновки, список використаних літературних джерел.

У “Вступі” необхідно обґрунтувати актуальність обраної теми, її наукове та практичне значення, мету та завдання.

У першому розділі викладається загальнотеоретична частина теми. Студент повинен стисло подати власну інтерпретацію досліджуваної проблеми, розкрити її роль в економіці України. У цьому розділі висвітлюються суттєві ознаки економічного процесу, його стан та динаміка, погляди економістів стосовно умов, за яких він оптимально проходить. Доцільно також висвітлити методику дослідження стосовно теми роботи, систему показників, які характеризують стан проблеми.

Головним за значенням та найбільшим за обсягом є другий розділ курсової роботи – її аналітична частина. На початку розділу необхідно охарактеризувати природно-економічні умови підприємства – об’єкта дослідження, визначити стан розвитку галузі (ресурси, продукції тощо). Економічна оцінка здійснюється за останні роки із застосуванням статистичних методів обробки. При цьому обов’язково слід робити висновки, наскільки ефективно (чи неефективно) здійснюються ті чи інші процеси на підприємстві. За кожним напрямом дослідження бажано наводити необхідні рисунки, графіки, що характеризують виробничі процеси, таблиці та діаграми, які свідчать про стан та ефективність певного процесу. За кожним напрямом аналізу

необхідно розрахувати втрати, до яких призводять недоліки господарювання, використовуючи різноманітні методики.

Матеріали розділу повинні бути логічним продовженням теоретичних положень першого розділу і показувати, наскільки в об'єкті дослідження знаходять втілення наукові основи виробничо-комерційної діяльності підприємства.

У третьому розділі слід запропонувати конкретні шляхи усунення виявлених недоліків, вирішення проблем виробничо-комерційної діяльності на основі удосконалення виробничої структури, поліпшення використання виробничих ресурсів і робочої сили, освоєння заощаджувальних технологій тощо. При цьому обов'язково слід розрахувати економічний ефект від впровадження у господарську діяльність підприємства пропозицій автора, а саме – підвищення продуктивності праці, прибутковості, ефективності виробництва, поліпшення умов праці, зростання життєвого рівня, удосконалення соціальної інфраструктури.

У “Висновках і пропозиціях” робляться короткі підсумки дослідження, щоб, не читаючи основного тексту, можна було б зрозуміти сутність. Для цього необхідно в декількох словах нагадати про актуальність обраної теми, розкрити в загальних рисах загальнотеоретичні проблеми, перерахувати основні напрями дослідження, його основні результати, вказати на конкретні шляхи усунення виявлених недоліків, вирішення проблем, отримання очікуваного економічного ефекту від впровадження пропозицій у життя.

#### **4. Написання курсової роботи**

Письмовий виклад курсової роботи потребує від студентів значної зосередженості та витрат часу. Головне завдання тексту – виявити вміння економічно, логічно та послідовно викладати свої думки, орієнтуватися в умовах ринкових відносин. Перш ніж приступити до написання тексту, слід уважно переглянути всі свої робочі записи, зроблені при вивченні літературних, інформаційних, статистичних матеріалів, а також зібрану цифрову інформацію – підготовлені форми аналітичних таблиць, діаграми, графіки тощо, визначити правильність групувань підібраних матеріалів за окремими розділами курсової роботи.

При оформленні виносков, посилань тощо слід керуватися відповідними стандартами.

Мова написання курсової роботи має бути державною. При використанні джерел російською та іншими мовами назви та цитати наводяться мовою оригіналу (за необхідності з перекладом). У списку літератури такі джерела теж записуються мовою оригіналу. Всі використані цифрові матеріали у теоретичному розділі курсової роботи як у тексті, так і у вигляді таблиць повинні мати посилання на першоджерела.

Теоретичні положення курсової роботи мають бути спрямовані на з'ясування зв'язків досліджуваного питання з основними проблемами подальшого розвитку та удосконалення процесів, що вивчаються.

Текст слід викладати літературною мовою з обов'язковим використанням всіх необхідних економічних та специфічних термінів.

Студентам слід добиватися чіткості та якості викладення тексту, конкретності висновків, стислості та виразності думок. Не допускається скорочення слів, наявність орфографічних і стилістичних помилок.

Основну увагу слід звернути на правильність та економічну грамотність аналітичних таблиць, діаграм, графіків, малюнків та під малюнкових надписів. Таблиці мають бути не громіздкими, щоб читач міг легко усвідомити значення розміщення у них даних. Небажано наводити таблиці у формі затвердженої статистичної звітності. Макети таблиць, діаграм, графіків розробляються студентами самостійно, спираючись на цифровий матеріал, який характеризує явища та процеси, що аналізуються.

Як правило, у тексті пропонується звертатися до даних таблиці з метою підтвердження попередніх висновків, з'ясування певних тенденцій розвитку явища, поглиблення дослідження. Після кожної таблиці робляться висновки, що ґрунтуються на наведених у ній цифрових даних. Ці висновки повинні обов'язково починатися словами: "Як свідчать дані таблиці ...", "Спираючись на дані таблиці." При цьому студенти викладають свій погляд, свою особисту думку з того чи іншого питання.

Не рекомендується наводити поряд кілька таблиць, щоб уникнути плутанини в описанні власних міркувань, висновків та пропозицій.

У курсовій роботі доцільно та бажано використовувати секторні, стовпчикові та інші діаграми, а також лінійні графіки, які виразно та чітко відбивають порівняльні характеристики, тенденції у розвитку взаємопов'язаних показників.

## 5. Оформлення курсової роботи

Курсова робота повинна бути написана студентом власноручно, або надрукована на комп'ютері чи друкарській машинці на стандартних аркушах паперу формату А 4 у відредагованому вигляді.

Текст пишеться на аркуші, зворот якого залишається чистим.

Перша сторінка тексту – титульна, друга – Зміст, третя – “Вступ”, далі продовжується нумерація всієї курсової роботи разом з додатками. Позначка сторінки на титульному аркуші не проставляється.

Не слід брати текст у рамки, використовувати різнокольорові чорнила.

У таблицях за текстом має бути оформлена основна маса цифрового матеріалу, а таблиці другорядного, допоміжного характеру, а також громіздкі наводяться зазвичай у додатках, що мають власну нумерацію. Заголовки таблиць, додатків, малюнків мають містити три обов'язкових елементи: зміст таблиці; найменування об'єкта, що характеризується; період, за який наводяться дані. У кінці роботи розміщується список використаної літератури, а вже за ним додатки. У кінці тексту ставиться підпис автора та дата завершення роботи.

Готова робота повинна бути підшита у папку.

Виконану та повністю оформлену курсову роботу слід подати керівникові на рецензування, який зобов'язаний не пізніше семиденного терміну з дня реєстрації роботи дати письмову рецензію. Позитивна рецензія слугує допуском до захисту курсової роботи. На титульному аркуші керівник робить позначку “Допускається до захисту” або “На доопрацювання”, ставить дату, свій підпис і прізвище.

За необхідності доопрацювання курсової роботи керівник у рецензії перераховує недоліки та пропонує студенту їх усунути, у такому випадку останньому бажано зустрітися із керівником.

З позитивною рецензією робота передається слухачеві для підготовки до захисту. Під час захисту студент викладає основні висновки та свої конкретні пропозиції, а також відповідає на запитання.

За підсумками захисту студентам виставляється відповідна оцінка: “відмінно”, “добре”, “задовільно”, “незадовільно”. Студенти, які не виконали або не захистили свою курсову роботу, не допускаються до іспитів.

## **ОРІЄНТОВАНА ТЕМАТИКА ТА ПЛАНИ КУРСОВИХ РОБІТ**

### ***Тема № 1. Суть та значення управління товарним асортиментом у торговельному підприємстві***

1. Управління товарним асортиментом у торговельному підприємстві:

- Структура.
- Товарна політика.
- Місце в діяльності підприємства.

2. Управління товарним асортиментом:

- Управління товарним асортиментом на підприємствах роздрібно-торгівлі.
- Управління товарним асортиментом на державних та приватних торговельних підприємствах.

3. Стан ринку товарів контрольований товаровиробниками:

- Ринок та фактори, що впливають на розвиток торгівлі.
- Сучасний стан ринку товарів, контрольований товаровиробниками.

*Література:* основна [11; 19; 26; 38; 57; 60];  
додаткова [2; 7; 10; 21; 33; 45]

### ***Тема № 2. Сучасний рівень управління товарним асортиментом на підприємстві***

1. Сучасний рівень управління товарним асортиментом на підприємстві роздрібно-торгівлі:

- Загальна характеристика підприємства роздрібно-торгівлі.
- Загальна характеристика підприємства гуртової торгівлі.

2. Аналіз фінансово-господарської діяльності торговельного підприємства:

- Аналіз якості продукції підприємства.
- Аналіз та оцінка системи управління товарним асортиментом підприємства.

*Література:* основна [7; 11; 19; 26; 38; 57; 60];  
додаткова [2; 10; 33]



### **Тема № 3. Формування асортименту в магазині роздрібно́ї торгівлі**

1. Значення раціонального управління асортиментом у ринкових відносинах:

- Формування асортименту на підприємстві.
- Характеристика асортименту (груп, підгруп, видів).
- Характеристика чинників формування асортименту.

2. Процес формування асортименту на підприємстві:

- Формування асортименту на підприємстві роздрібно́ї торгівлі.
- Формування асортименту на підприємстві гуртової торгівлі

*Література:* основна [2; 7; 10; 33; 45];  
додаткова [3; 14; 21]

### **Тема № 4. Планування товарного асортименту і управління товарним асортиментом**

1. Роль товарних запасів у забезпеченні стійкості товарного асортименту:

- Забезпечення стійкості товарного асортименту на підприємствах роздрібно́ї торгівлі.
- Забезпечення стійкості товарного асортименту на підприємствах гуртової торгівлі.

2. Управління товарними запасами в магазинах:

- Управління товарними запасами в магазинах роздрібно́ї торгівлі.
- Управління товарними запасами в магазинах гуртової торгівлі.

*Література:* основна [11; 19; 38; 57; 60];  
додаткова [2; 7; 10; 21; 33; 45]

### **Тема № 5. Удосконалення управління товарним асортиментом підприємства**

1. Сучасний стан управління товарним асортиментом підприємства:

- Сучасний стан управління товарним асортиментом підприємства роздрібно́ї торгівлі.
- Сучасний стан управління товарним асортиментом підприємства гуртової торгівлі.

2. Оптимізація товарного асортименту.

3. Економічний ефект від впровадження запропонованих заходів щодо удосконалення товарного асортименту:

- Впровадження запропонованих заходів щодо удосконалення товарного асортименту на торговельних підприємствах державної форми власності.
- Впровадження запропонованих заходів щодо удосконалення товарного асортименту на приватних торговельних підприємствах.

*Література:* основна [7; 11; 19; 26; 38; 57];  
додаткова [2; 10; 33]

### **Тема № 6. Економічна сутність та види товарного асортименту**

1. Сутність та види товарного асортименту:

- Процес формування асортименту товарів у роздрібній торговельній мережі.

2. Товарний асортимент торговельного підприємства як показник його економічного зростання.

- Процес формування асортименту роздрібною торгівлю товарів.

*Література:* основна [11; 19; 26; 38; 57];  
додаткова [3; 14; 21]

### **Тема № 7. Поняття про асортимент товарів та їх класифікація**

1. Поняття “асортимент товарів”:

- Асортимент промисловий і торговий.
- Товарні групи та їх класифікація.
- Поняття виду товару.

2. Товарний асортимент укрупнений і розгорнутий.

- Поняття ширини і глибини асортименту.
- Частота попиту на товар. Стабільність і характер попиту на товари.

*Література:* основна [11; 19; 26; 38; 57; 60];  
додаткова [2; 7; 10; 21; 33; 45]

### **Тема № 8. Порядок формування асортименту товарів на підприємствах оптової торгівлі**

1. Сутність поняття “формування асортименту товарів на підприємствах оптової торгівлі”:

- Принципи формування товарного асортименту на підприємствах оптової торгівлі.

2. Процес формування асортименту товарів оптової торгівлі:

- Асортиментний перелік товару в оптовій торгівлі.

*Література:* основна [11; 19; 26; 38; 57; 60];  
додаткова [2; 7; 10; 21; 33; 45]

### **Тема № 9. Порядок формування асортименту товарів на підприємствах роздрібно́ї торгівлі**

1. Сутність поняття “формування асортименту товарів на підприємствах роздрібно́ї торгівлі”:

- Принципи формування товарного асортименту на підприємствах роздрібно́ї торгівлі.

2. Процес формування асортименту роздрібно́ї торгівлі товарів:

- Асортиментний перелік товару в роздрібно́ї торгівлі.

*Література:* основна [11; 19; 26; 38; 57; 60];  
додаткова [2; 7; 10; 21; 33; 45]

### **Тема № 10. Управління товарним асортиментом і номенклатурою товарів**

1. Формування товарної політики щодо асортименту товару на підприємстві:

- Управління товарним асортиментом.

2. Організаційні форми управління продукцією:

- Формування товарного асортименту і номенклатури товарів підприємства.

*Література:* основна [7; 11; 19; 24; 26; 33; 40; 52];  
додаткова [3; 14; 21]

### **Тема № 11. Товарний асортимент і його показники**

1. Методика формування товарного асортименту:

- Основні напрями діяльності торговельного підприємства. Оновлення асортименту товару на підприємстві.

2. Вітчизняний і закордонний досвід з процесу управління асортиментом та якістю товарів (на сучасному етапі):

- Товарний асортимент як показник економічного зростання.

*Література:* основна [11; 19; 26; 38; 57; 60];  
додаткова [2; 7; 10; 21; 33; 45]

### ***Тема № 12. Методичні підходи до формування перспективного товарного асортименту***

1. Формування варіантів товарного асортименту:

- Процес формування асортименту товарів у роздрібній торговельній мережі.

2. Чинники, що складають основу формування асортименту:

- Коефіцієнти повноти і стабільності асортименту.

*Література:* основна [7; 11; 19; 26; 38; 57];  
додаткова [2; 7; 10; 33; 45]

### ***Тема № 13. Перспективний товарний асортимент як складова економічної стратегії підприємства***

1. Завчасність складання плану дій.

2. Стратегія як генеральна комплексна програма дій.

3. Найважливіша стратегічна задача підприємства.

Склад та характеристики товарного асортименту.

*Література:* основна [11; 19; 26; 38; 57];  
додаткова [3; 14; 21]

### ***Тема № 14. Обґрунтування механізму формування перспективного товарного асортименту підприємства***

1. Перспективний товарний асортимент.

2. Розробка та впровадження механізму формування перспективного товарного асортименту.

3. Реструктуризація товарного асортименту

*Література:* основна [2; 7; 10; 33; 45];  
додаткова [3; 14; 21]

**Тема 15. Сутнісні характеристики ринку. Товарний ринок – середовище маркетингу**

1. Поняття, економічний зміст та класифікація ринків.

2. Особливості товарного ринку.

3. Параметри та атрибути товарного ринку:

- Форми і методи регулювання товарного ринку.

*Література:* основна [7; 11; 19; 26; 38; 57];

додаткова [2; 7; 10; 33; 45]

**Тема 16. Сутність, завдання та проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку**

1. Сутність інфраструктури товарного ринку.

2. Елементи інфраструктури товарного ринку.

3. Функції інфраструктури:

- Макроекономічні показники ринкової інфраструктури: види та класифікація.

*Література:* основна [2; 7; 10; 33; 45];

додаткова [3; 14; 21]

**Тема № 17. Підприємства оптової торгівлі.**

**Послуги підприємств гуртової торгівлі**

1. Гуртова торгівля – важливий посередник у доведенні товарів від виробників до споживачів.

2. Функції гуртової торгівлі в умовах ринкової економіки:

- Види підприємств, що здійснюють гуртову торгівлю.

3. Послуги, що надають підприємства гуртової торгівлі партнерам:

- Організація гуртової закупівлі товарів.

*Література:* основна [11; 19; 26; 38; 60];

додаткова [2; 7; 10; 21; 33; 45]

## **Тема № 18. Торгово-підприємницька діяльність на товарному ринку**

1. Сутність торгівлі як суб'єкта торгово-підприємницької діяльності:

- Функції торгівлі.
2. Фактори, які впливають на розвиток торгівлі.
  3. Торговельна діяльність як складова маркетингу.

*Література:* основна [11; 19; 26; 38; 57; 60];  
додаткова [2; 7; 10; 21; 33; 45]

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

#### *Основна*

1. Закон України „Про господарські товариства” від 19 верес. 1991 р. № 1576-ХІІ. (із змінами і допов.).
2. Закон України “Про інвестиційну діяльність” від 18 верес. 1991 р. 1560-ХІІ. (із змінами і допов.).
3. Закон України “Про цінні папери і фондову біржу (1991)”.
4. *Алексеев Ю. И.* Рынок ценных бумаг. — М., 1992.
5. *Академия рынка: Маркетинг / Пер с франц. А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др.; Науч. ред. А. Г. Худокормов.* — М.: Экономика, 1993. — 572 с.
6. *Альбеков А. У., Федько В. П., Митько О. А.* Логистика коммерции: Учебник. — Ростов-н/Д: Феникс, 2001.—512 с.
7. *Балабанова Л. В.* Оптовая торговля: маркетинг и коммерция. — М.: Экономика, 1990. — 206 с.
8. *Балабанова Л. В.* Маркетинг: Підручник. — Донецьк, 2002. — 562 с.
9. *Балабанова Л. В.* та ін. Маркетинговий менеджмент: Навч. посіб. — Донецьк: АСНА, 1998. — 146 с.
10. *Балабанова Л. В., Германчук А. М.* Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: Навч. посіб.— К.: Професіонал, 2004. — 288 с.
11. *Баширов И. Х.* Коммерция: Учеб. пособие. — Донецк, 1994.
12. *Баширов И. Х.* Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг. — Донецк: ДКИ, 1993.
13. *Башнянин Г. І., Лазур П. Ю., Носов О. Ю.* Комерційна діяльність підприємств на товарному ринку: проблеми ефективності торгових операцій. — Львів, 2003. — 157 с.

14. *Бланк И. А.* Инвестиционный менеджмент. – К., 1995. – 448 с.
15. *Бланк И. А.* Стратегия и тактика управления финансами. – К., 1996. – 534 с.
16. *Бланк И. А.* Торговый менеджмент. – К., 1997. – 408 с.
17. *Бланк И. А.* Управление формированием капитала. – К.: Ника-Центр, 2000. – 512 с.
18. *Виленский П. Л., Лившиц В. Н., Орлова Е. Р., Смоляк С. А.* Оценка эффективности инвестиционных проектов: Учеб.-практ. пособие. – М.: Дело, 1998.
19. *Виноградська А. М.* Комерційна діяльність торговельного підприємства. – К.: КНТЕУ, 2005. – 280 с.
20. *Воробйов Б. З., Локтєв Е. М., Плетень Ю. І.* Основи комерційної діяльності. – К., 2004. – 388 с.
21. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг: Підручник. – К.: Лібра, 2004. – 712 с.
22. *Германчук А. Н.* Стратегический подход к управлению коммерческой деятельностью в условиях маркетинговой ориентации торговых предприятий. – Донецк, 1999. – 40 с.
23. *Гончаров А. Б.* Фінансовий менеджмент: Навч. посіб. – Харків, 2003. – 240 с.
24. *Господарський Кодекс України від 16 січ. 2003 р. № 436-IV // Відомості Верховної Ради (ВВР).* – 2003. – № 18, № 19-20, № 21-22. – ст.144.
25. *Гэммон Дж.* Покупка и продажа в малом бизнесе: Пер. с англ.; Под ред. Л.Н. Павловой. – М., 1996. – 231 с.
26. *Дарбинян М. М.* Коммерческая работа и изучение спроса в торговле. – М.: Экономика, 1971. – 568 с.
27. *Дерев'яненко Т. Є.* Маркетингова оцінка кризових чинників у діяльності підприємства // Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. “Маркетинг: теорія і практика”, 18–20 верес. 2002 р. – К.: КНЕУ, 2002. – С. 23–27.
28. *Дерев'яненко Т. Є.* Маркетинговий аналіз у діяльності підприємства // Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. “Маркетинг у системі управління підприємством”, 16–17 квіт. 1998 р. – К.: КНЕУ, 1998. – С. 54–55.
29. *Дерев'яненко Т. Є.* Методологічні питання маркетингового аналізу // Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. “Маркетинг: теорія і практика”, 24–27 трав. 2000 р., м. Ялта. – Луганськ, 2000. – С. 77–80.

30. Доленко Г. О., Заславський В. А., Тимашов О. О. Основи інвестиційного менеджменту: Метод. рек. з курсу "Менеджерські системи". — К.: КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 2001.
31. Економіка підприємства. — Т. II / За ред. С. Ф. Покропивного. — К., 1995.
32. Економіка підприємства: Підручник — Вид. 2-ге, перероб. та допов./ За заг. ред. С.Ф. Покропивного. — К.:КНЕУ, 2000. — 528 с.
33. Ермошенко М. М. Комерційна діяльність посередницьких організацій. — К., 2003. — 345 с.
34. Ермошенко М. М., Стороженко О. А. Комерційна діяльність малих підприємств. — К., 2003. — 146с.
35. Ермошенко М. М. Інформаційні технології у комерційній діяльності // Актуальні пробл. економіки. — 2003. — № 9. — С.49—58.
36. Замазій С. Тендерні закупівлі: засади // Податки та бухгалтер. облік. — 2005. — № 32. — С.4—12
37. Зубок М. І. Основи безпеки комерційної діяльності підприємств та банків. — К.: КНТЕУ, 2005. — 200 с.
38. Ковбасюк М. Р. Економічний аналіз діяльності комерційних банків і підприємств. — К.: Скарби, 2001. — 336 с.
39. Кожанова Є. П., Отенко І. П. Економічний аналіз: Навч. посіб. для самост. вивчення дисципліни — Харків, 2003. — 208 с.
40. Кришина М. В. Коммерческая логистика. — М.: Центр экономики и маркетинга, 2001. — 256 с.
41. Леви М., Вейтц Б. А. Основы розничной торговли: Пер. с англ.; Под. ред. Ю. Н. Каптуревского. — СПб.: Питер, 1999. — 448 с.
42. Лігоненко Л. О. Управління господарським ризиком як елемент системи протидії банкрутству торговельного підприємства. — К.: КДТЕУ, 1998. — 248 с.
43. Ліпич Л. Г., Коцій О. В. Комерційна діяльність. — Луцьк, 2005. — 286 с.
44. Лудченко Я.О. Оцінка економічної ефективності інвестиційних проєктів: Навч. посіб. — К., 2004. — 208 с.
45. Дерев'яненко Т. Є. Маркетинговий аудит підприємства (на базі верстатобудівних підприємств України): Дис... канд. екон. наук. — К.: Київ. нац. екон. ун-т., 2003. — 194 с.
46. Матвеева В. Види процедур закупівель // Податки та бухгалтер. облік. — 2005. — № 32. — С. 20—25.



47. *Божко Т. В.* Методи оцінки інвестиційних проєктів у промисловості: Автореф. дис... канд. екон. наук. — Харків: Харк. держ. політехн. ун-т., 2000. — 16 с.
48. *Мозговой О. Н.* Фондовый рынок Украины. — К.: ФЕНИКС, 1997.
49. *Мілаш В. С.* Підприємницький (комерційний) договір: поняття та правові особливості. — Полтава: АСМІ, 2004. — 148 с.
50. *Мілаш В. С.* Підприємницькі комерційні договори в господарській діяльності. — Полтава: АСМІ, 2005. — 450 с.
51. *Новиков О. А., Уваров С. А.* Коммерческая логистика. — СПб., 1995. — 110 с.
52. *Організація торгівлі.* — Львів, 2004. — 43 с.
53. *Осипова Л. В., Синяева И. М.* Основы коммерческой деятельности. Практикум: Учеб. пособие. — М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997. — 215 с.
54. *Осипова Л. В., Синяева И. М.* Основы коммерческой деятельности: Учебник. — М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997. — 324 с.
55. *Шонесси Дж.* Конкурентный маркетинг: стратегический подход: Пер. с англ.; Под ред. Д. О. Ямпольской. — СПб.: Питер, 2001. — 964 с.
56. *Памбуччиянц О. В.* Организация и технология коммерческой деятельности (в вопросах и ответах): Учеб. пособие. — М., 2001. — 320 с.
57. *Панкратов Ф. Г.* и др. Практикум по коммерческой деятельности: Учебное пособие. — М.: Информ.-аналит. центр “Маркетинг”, 1999. — 248 с.
58. *Панкратов Ф. Г., Серегина Т. К.* Коммерческая деятельность: Учебник. — М., 1996. — 328 с.
59. *Петров В. М.* Основы комерційної діяльності. — Харків, 2001. — 200 с.
60. *Пигунова О. В., Аниськова О. Г.* Стратегия коммерческой деятельности предприятия розничной торговли. — М., 2002. — 117 с.
61. *Пікус Р. В.* Управління інвестиційними ризиками // *Фінанси України.* — 2001. — №11. — С. 105 – 109.
62. *Половцева Ф. П.* Коммерческая деятельность: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 248 с.
63. *Рясних Є. Г.* Основы фінансового менеджменту: Навч. посіб. — К.: Скарби, 2003. — 238 с.
64. *Синецкий Б. И.* Основы коммерческой деятельности: Учебник. — М.: Юристъ, 1998. — 659 с.

65. *Тарасюк Г. М.* Планування комерційної діяльності. — К.: Каравела, 2005. — 400 с.
66. *Тихонов С.* Як планувати закупівлі та визначити предмет закупівлі // Податки та бухгалтер. облік. — 2005. — № 32. — С.15—20
67. *Ткаченко Н. М.* Теоретико-методологічні проблеми формування бухгалтерського фінансового обліку. — К:”А.С.К.”, 2001. — 348 с.
68. *Фінансовий аналіз:* Навч. посіб. / Г. В. Митрофанов, Г. О. Кравченко, Н. С. Барабаш та ін.; За ред. Г. В. Митрофанова. — К., 2002. — 301 с.
69. *Хисрик Р., Джексон Р.* Торговля и менеджмент продаж: Пер. с англ. — М., 1996. — 368 с.
70. *Цигилик І. І., Крпельницька С. О., Мозіль О. І., Ткачук І. Г.* Економіка й організація інноваційної діяльності: Навч. посіб. — К.: ЦНЛ, 2004. — 128 с.
71. *Цигилик І. І., Крпельницька С. О., Білий М. М., Мозіль О. І.* Аналіз і розробка інвестиційних проектів: Навч. посіб. — К.: ЦНЛ, 2005. — 160 с.
72. *Чернов В. А.* Анализ коммерческого риска / Под ред. М.И. Баконова. — М.: Финансы и статистика, 1998. — 128 с.
73. *Швиданенко Г. О., Олексюк О. І.* Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства: Монографія. — К.: КНЕУ, 2002. — 192 с.
74. *Шило В. П., Верхоглядова Н. І., Ільїна С. Б., Темченко А. Г., Брандул О. М.* Аналіз фінансового стану виробничої та комерційної діяльності підприємства. — К.: Кондор, 2005. — 240 с.
75. *Щегельська О.* Виведення підприємства з кризи: «Дешеві експерименти нам не по кишені» // Управление компанией. — 1998. — № 23—24.
76. *Щукін Б. М.* Аналіз інвестиційних проектів: Конспект лекцій. — К.: МАУП, 2002. — 128с.

#### *Додаткова*

1. *Постанова* Кабміну від 29 квіт. 1994 р. № 277 “Концепція функціонування і розвитку фондового ринку в Україні”.
2. *Аполій В. В., Бабенко С. Г.* Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг. — К.: Укоопосвіта, 2002. — 458 с.
3. *Берега А. М.* Інформаційні системи і технології в економіці. — К.: КНЕУ, 2002. — 80 с.

4. *Берега А. М., Козак І. А., Левченко Ф. А., Гужва В. М., Трохименко В. С.* Електронна комерція — К.: КНЕУ, 2004. — 108 с.
5. *Бутинець Ф. Ф.* Теорія бухгалтерського обліку: Підручник. — Житомир, 2000. — 640 с.
6. *Слепов В. А., Галанов В. А.* и др. Финансы цены: Учеб. пособие. — М., 1999
7. *Воловик А. М., Голда З. К.* Основы биржевой деятельности: Курс лекций. — М.: Финансы и статистика, 1994. — 88 с
8. *Оскольський В. В.* Фондовий ринок України. — К., 1994 р.
9. *Опарін В. М.* Фінанси. — К., 1999.
10. *Дроздова Г. М.* Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посіб. — К.: ЦУЛ, 2002. — 172 с.
11. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг: Підручник. — К.: Лібра, 2002. — 712 с.
12. *Герасимчук В. Г.* Маркетинг: теорія і практика: Навч. посіб. — К.: Вища шк., 1994. — 327 с.
13. *Дихтль Е., Хершген Х.* Практический маркетинг. — М.: Высш. шк., 1995. — 255 с.
14. *Дугіна С. І.* Маркетингова цінова політика. — К.: КНЕУ, 2002.
15. *Економічна теорія: Політекономія: Підручник.* — 3-тє вид. / За ред. В.Д.Базилевича. — К., 2004. — 615 с.
16. *Єрмошенко М. М.* Комерційна діяльність посередницьких організацій. — К., 2003. — 345 с.
17. *Земляков І. С., Рижий І. Б., Савич В. І.* Основы маркетингу: Навч. посіб. — К.: ЦНЛ, 2004. — 352 с.
18. *Зінь Е. А., Турченко М. О.* Планування діяльності підприємства: Підручник. — К.: ВД “Професіонал”, 2004. — 320 с.
19. *Кальченко А. Г.* Логистика: Учебник. — К.: КНЕУ, 2000.
20. *Крылова Г. Д., Соколова М. И.* Маркетинг: Теория и 86 ситуаций. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — 519 с.
21. *Колесник В. В.* Ринок цінних паперів і принципи правового регулювання. — К., 1993.
22. *Маркетинг: принципи і функції: Навч. посіб.* / За ред. О. М. Азарян. — К., 2001. — 320 с.
23. *Мороз Л. А., Чухрай Н. І.* Маркетинг. — Львів, 1999.
24. *Швайка Л. А.* Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. — Львів, 2004. — 268 с.
25. *Павленко А. Ф., Войчак А. В.* Маркетинг. — К.: КНЕУ, 2001. — 106 с.
26. *Панкратов Ф. Г., Серегина Т. К.* Коммерческая деятельность. — М., 2001. — 348 с.

27. *Пархоменко В. М., Баранцев П. П.* Реформування бухгалтерського обліку в Україні: План рахунків. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку. — Луганск, 2000.
28. *Петров В. М.* Основи комерційної діяльності. — Харків, 2001. — 200 с.
29. *Протопопова В. О., Полянський А. Н.* Економіка підприємства: Навч. посіб. — К.: ЦУЛ, 2003. — 220 с.
30. *Ромат Е. В.* Реклама. — К.; Харьков, 2000. — 480 с.
31. *Сопко В. В.* Бухгалтерський облік. — К.: КНЕУ, 1999. — 500 с.
32. *Сухарський В. С.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теорія, методологія, практика. Курс лекцій, — К., 2001. — 284 с.
33. *Титаренко Л. Д.* Теоретичні основи товарознавства: Навч. посіб. — К.: ЦНЛ, 2003.
34. *Товароведение промышленных товаров: Учебник / За ред. А. Н. Неверова.* — М., 2006.
35. *Хорнгрэн Ч. Е., Фостер Длс.* Бухгалтерский учет: управленческий аспект. — М.: Финансы та статистика, 2000. — 416 с.
36. *Хруцкий В. Е., Корнеева И. В.* Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 528 с.
37. *Цінні папери в Україні* — К.: УФБ, 1993.

## **ЗМІСТ**

Пояснювальна записка.....	3
Методика виконання курсової роботи .....	3
Орієнтована тематика та плани курсових робіт.....	8
Список літератури.....	14

Відповідальний за випуск *А. Д. Вегеренко*  
Редактор *О. М. Коваленко*  
Комп'ютерне верстання *А. П. Нечипорук*

Зам. № ВКЦ-4521

Формат 60×84/16 . Папір офсетний.  
Друк ротатійний трафаретний. Наклад 50 пр.  
Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)  
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП  
ДП «Видавничий дім «Персонал»  
03039 Київ-39, просп. Червонозоряний, 119, літ. XX  
*Свідцтво про внесення до Державного реєстру  
суб'єктів видавничої справи ДК № 3262 від 26.08.2008*