

ПРИЛОЖЕНИЕ к
ОПОП по специальности
38.02.04 Коммерция (предприятия торговли)

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
КУРСОВОЙ РАБОТЫ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

ПМ01. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью

МДК01.01. Организация коммерческой деятельности

38.02.04 Коммерция (предприятия торговли)

Разработчик: Аралбаева Наталья Петровна, преподаватель СПб ГПБОУ «Петровский колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

1.ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	3
2.ТРЕБОВАНИЯ К ВЫБОРУ ТЕМАТИКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	3
3.ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	4
4.ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ	8
5.КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	8
6.МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ РАБОТЫ	10
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	23
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.24
ПРИЛОЖЕНИЕ 3	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.25
ПРИЛОЖЕНИЕ4	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.26
ПРИЛОЖЕНИЕ5	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.27
ПРИЛОЖЕНИЕ 6	29
ПРИЛОЖЕНИЕ 7	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.30

1. Общие положения

1.1. Настоящее Методическое указание определяет основные требования к организации выполнения, промежуточному контролю и защите курсовой работы, выполняемой студентами.

1.2. Целью выполнения курсовой работы является формирование у студентов общих и профессиональных компетенций в виде знаний, умений, практического опыта.

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции
ПК 1.2.	На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение
ПК 1.3.	Принимать товары по количеству и качеству
ПК 1.8.	Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы
ПК 1.9.	Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий

1.3. Курсовая работа (далее работа) – учебная работа, содержащая результаты теоретических и (или) экспериментальных исследований по профессиональному модулю. Целью и содержанием работы является формирование общих и профессиональных компетенций в ходе теоретических и экспериментальных исследований, расчетов, оценки результатов исследований, способствующих подготовке к выполнению ВКР.

2. Требования к выбору тематики курсовой работы

2.1. Тематика курсовых работ разрабатывается с учетом осваиваемых соответствующих профессиональных компетенций.

3. Требования к структуре и оформлению курсовой работы

3.1. По объему курсовая проект (работа) должен быть не менее 15 – 20 страниц печатного текста формата А4.

3.2. В соответствии с основными требованиями к курсовому проекту (работе), структурными элементами являются:

- титульный лист (Приложение 2);
- задание (Приложение 3);
- содержание (Приложение 4);
- введение, раскрывающее актуальность изучаемой проблемы, цели и задачи;
- теоретическая часть, в которой анализируются литературные источники по теме разработки;
- практическая часть, содержащая практическое решение поставленных целей и задач;
- заключение, содержащее выводы, по поставленным задачам, перспективы и результаты;
- список используемой литературы (Приложение 5);
- приложения, содержащие материалы, дополняющие курсовой проект (работу);
- отзыв руководителя.

3.3. Оформление курсового проекта (работы).

Работа выполняется с помощью средств вычислительной техники. Должна быть набрана шрифтом **TimesNewRoman**, размер шрифта **14**, (для курсовых проектов размер шрифта **13**) через 1,5 интервала, распечатаны на принтере любого типа, с одной стороны листа, на бумаге белого цвета формата А4 (210 x 297 мм). Расстановка переносов - автоматически, абзац – 1,25 или 1,27 в зависимости от установленной на компьютере системы единиц (метрической или американской), выравнивание – по ширине, без отступов, интервал до и после абзаца 0 пт. Все листы работы должны иметь поля:

- Верхнее поле – 20 мм;
- Нижнее поле – 20 мм;
- Правое поле – 10 мм;
- Левое поле – 30 мм.

Номера листов проставляют арабскими цифрами в центре нижней части листа без дополнительных обозначений. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц работы. Номер страницы на титульном листе не проставляют. Нумерация страниц работы и приложений, входящих в состав работы, должна быть сквозная.

Опечатки, описки и графические неточности, обнаруженные в процессе подготовки работы, допускается исправлять подчисткой или закрашиванием белой краской и нанесением на том же месте исправленного текста (графики) машинописным способом или черными чернилами, пастой или тушью - рукописным способом. Повреждения листов работы, помарки и следы не полностью удаленного прежнего текста (графики) не допускаются.

Иерархическая структура курсового проекта (работы) предполагает выделение в ее содержании взаимосвязанных друг с другом разделов, подразделов и пунктов, которые описываются в содержании. Каждый раздел курсового проекта (работы) рекомендуется начинать с нового листа. Каждый пункт текста записывается с абзаца. Абзацы должны быть оформлены с красной строки, величина отступа равна пяти печатным знакам (1,25 или 1,27 см).

Разделы, подразделы и пункты следует нумеровать арабскими цифрами и записывать с абзацного отступа.

Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста, за исключением приложений. Пример - 1, 2, 3 и т.д.

Номер подраздела или пункта включает номер раздела и порядковый номер подраздела или пункта, разделенные точкой. Пример - 1.1, 1.2, 1.3, 1.1.1, 1.1.2 и т.д.

После номера раздела, подраздела, пункта в тексте точку не ставят.

Если текст подразделяют только на пункты, их следует нумеровать, за исключением приложений, порядковыми номерами в пределах всего курсового проекта (работы). Если

раздел или подраздел имеет только один пункт или пункт имеет один подпункт, то нумеровать его не следует.

Наименования разделов, подразделов и пунктов должны быть краткими, соответствовать содержанию и записываться в виде заголовков. Заголовки отделяются от основного текста пустой строкой. Расстояние между заголовками раздела и подраздела, подраздела и пункта – две пустых строки. Заголовок подраздела и пункта отделяется от предшествующего текста двумя пустыми строками.

Заголовки «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» пишут прописными буквами.

Остальные заголовки пишут с прописной буквы строчными по центру, выделяются жирным шрифтом. При автоматическом формировании содержания в текстовом редакторе WORD необходимо выбрать соответствующий стиль, обеспечивающий указанные выше требования. Заголовок должен иметь длину строки не более 40 знаков. Переносы слов в заголовке не разрешаются, точка в конце не ставится. Если заголовок длинный, он делится по смыслу на два предложения, разделенных точкой.

Заголовок не пишут в конце страницы, если для текста нет места, он переносится на новую страницу.

3.4. Если необходимо сделать библиографическую ссылку на какой-либо литературный источник, то в квадратных скобках после упоминания о литературном источнике (или после цитаты из него) проставляют порядковый номер, с указанием страниц, где расположена цитата [12, с.34]. Библиографическую ссылку оформляют по ГОСТ 7.0.5-2008.

3.5. Подстрочные примечания (сноски) оформляют в конце страницы в случае необходимости дополнительных пояснений основного текста, разъяснений терминов и др. В тексте используют знаки сноски в виде цифр. Нумерацию сносок ведут постранично, на новой странице сноски нумеруют заново.

3.6. В тексте не должно быть сокращений, за исключением общепринятых в русском языке, установленных в ГОСТ 2.316-68. Если в тексте используются сокращенные наименования или аббревиатура, то в конце текста работы помещается перечень принятых сокращений.

Все размещаемые в курсовом проекте (работе) иллюстрации, если их более одной, нумеруют арабскими цифрами. Например, «Рисунок 1», «Чертеж 1» и т.д. (или по разделам «Рисунок 1.3», «Чертеж 1.3»). Ссылки на иллюстрацию дают по типу «... в соответствии с рисунком 1», «... в соответствии с чертежом 1».

Иллюстрации должны иметь тематическое наименование. Подрисуночную подпись обычным шрифтом располагают по центру рисунка в одной строке с номером рисунка без точки в конце (рисунок 1.1).



Рисунок 1.1 – Структура распределения туристов по маршрутам

3.7. Чертежи, графики, диаграммы, схемы, иллюстрации, помещаемые в работе, должны соответствовать требованиям государственных стандартов Единой системы

конструкторской документации (ЕСКД) и Системы проектной документации для строительства (СПДС).

Цифровой материал оформляют в виде таблиц. Заголовки граф таблиц начинают с прописной буквы, а подзаголовки – со строчных, если они составляют одно предложение с заголовком. Если подзаголовки имеют самостоятельное значение, то их начинают с прописной буквы. Если цифровые данные в графах имеют разную размерность, ее указывают в заголовке каждой графы. Все таблицы, если их несколько, должны быть пронумерованы арабскими цифрами. Например, Таблица 1, Таблица 2 и т.д. (или по разделам Таблица 1.4). Слово «Таблица», при наличии тематического заголовка помещают над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Состав и структура персонала администрации Петровского колледжа по уровню образования

Уровень образования	2016 г.	
	чел.	в % к итогу
1 Высшее		
2 Среднее специальное		
Итого		

На все таблицы должны быть ссылки в тексте, при этом слово «Таблица» в тексте пишут полностью.

3.8. Формулы выделяют из текста в отдельную строку и печатают с абзацного отступа. Выше и ниже каждой формулы должно быть оставлено по одной свободной строке. Все формулы имеют сквозную нумерацию арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. Если в тексте приведена одна формула, ее обозначают (1). Допускается нумерация формул в пределах раздела. В этом случае номер формулы состоит из номера раздела и порядкового номера формулы, разделенных точкой, пример -(3.1). Формулы, помещаемые в таблицах или поясняющих данных к рисунку, не нумеруют. При ссылке в тексте на формулы их порядковые номера приводят в скобках, пример – ...по формуле (1).

3.9. Список использованных источников размещают после заключения, перед приложениями. В список включают все литературные источники, нормативные и правовые документы, использованные автором при написании курсового проекта (работы). Все библиографические записи нумеруют арабскими цифрами без точки и печатают с абзацного отступа. Нумерация должна быть сквозной для всего списка. Допускаются алфавитный и тематический способы группировки библиографических записей в списке. Оформление электронных ресурсов ведут согласно ГОСТ 7.82-2001. Примеры библиографической записи приведены в приложении 5.

3.10. Приложение оформляют как продолжение данного документа на последующих его листах или выпускают в виде самостоятельного документа. В тексте курсового проекта (работы) на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте курсового проекта (работы).

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова "ПРИЛОЖЕНИЕ", его обозначения. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой. Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» следует буква, обозначающая его последовательность.

Текст каждого приложения, при необходимости, может быть разделен на разделы, подразделы, пункты, подпункты, которые нумеруют в пределах каждого приложения. Перед номером ставится обозначение этого приложения.

Приложение или несколько приложений могут быть оформлены в виде отдельной книги курсового проекта (работы), при этом на титульном листе под номером книги следует писать слово «ПРИЛОЖЕНИЕ». При необходимости такое приложение может иметь раздел «СОДЕРЖАНИЕ».

4. Защита курсовой работы

4.1. Защита курсовой работы является заключительным этапом курсовой работы. Защита курсовой работы является обязательной и проводится за счет времени, предусмотренного на выполнение курсовой работы. Форма проведения защиты презентации выполненной курсовой работы.

4.2. Окончательный вариант курсовой работы с учетом всех исправлений и доработок сдается руководителю курсового проекта в распечатанном и электронном виде, для составления письменного отчета, не позднее, чем **за неделю до защиты**. Руководитель принимает решение о допуске к защите курсовой работы. Не допущенный до защиты курсовая работа возвращается студенту на доработку в сроки. Студент, защищающий курсовой проект, должен сделать сообщение о проделанной работе продолжительностью 5-10 минут.

При изложении материала студент должен продемонстрировать:

- умение кратко, четко и грамотно излагать содержание курсовой работы;
- освоение общих и профессиональных компетенций для их последующей оценки в составе профессионального модуля;
- умение обосновать свою точку зрения, выбранный вариант и т.д.;
- владение специальной профессиональной терминологией и навыками аргументации
- владение теоретическим и практическим материалом по предмету курсовой работы.

4.3. По результатам защиты студенту выставляется оценка по пятибалльной системе.

4.4. Студенту, не предоставившему курсовую работу до окончания зачетной недели, в ведомости выставляется «не аттестован», и он считается неуспевающим по данному профессиональному модулю.

4.5. По окончании курсового проектирования руководитель курсового проектирования подает в учебную часть ведомость установленной формы

5. Критерии оценки курсовой работы

Курсовая работа оценивается по 110-бальной рейтинговой шкале. Для оценки курсовой работы используется следующая схема рейтингового расчета:

Раздел	Критерии	Рейтинговая оценка
1. Самостоятельность выполнения работы (проявление собственного, авторского мнения студента)	Работа написана самостоятельно	10
	Работа носит частично самостоятельный характер	5
	Работа носит не самостоятельный характер	2
2. «Содержание» работы соответствует заявленной теме, целям, задачам	Полностью соответствует выбранной теме	10
	Частично соответствует выбранной теме	5
	Не соответствует теме	2
3. Соответствие содержания разделов их названию	Соответствует	10
	Частично	5
	Не соответствует	2
4. Элементы исследования	Определены актуальность, цели и задачи исследования, сформулированы объект и предмет исследования, показана история и теория вопроса	10
	Определены не четко актуальность, цели, задачи исследования, объект и предмет исследования, частично показана история и	5

	теория вопроса	
	Не определены актуальность, цели и задачи исследования, не сформулированы объект и предмет исследования, не показана история и теория вопроса	2
5. Цитирование и наличие ссылочного материала	Использовались	10
	Частично использовались	5
	Не использовались	2
6. Наличие собственных выводов, рекомендаций и предложений, собственной позиции и ее аргументации	Да	10
	Частично	5
	Нет	2
7. Оформление работы	Соответствует полностью требованиям	10
	Соответствует частично требованиям	5
	Не соответствует требованиям	2
8. Библиография по теме работы	Актуальна и составлена в соответствии с требованиями	10
	Актуальна и частично соответствует требованиям	5
	Не соответствует требованиям	2
9. Соблюдение сроков сдачи работы по этапам написания	Соблюдались	10
	Не соблюдались	2
10. Оценка на защите	Владеет теоретическим и практическим материалом по предмету курсовой работы	10
	Частично владеет теоретическим и практическим материалом по предмету курсовой работы	5
	Не владеет теоретическим и практическим материалом по предмету курсовой работы	2
	Владеет специальной профессиональной терминологией и навыками аргументации	10
	Частично владеет специальной профессиональной терминологией и навыками аргументации	5
	Не владеет специальной профессиональной терминологией и навыками аргументации	2
	ИТОГО БАЛЛОВ:	

Сумма баллов составляет рейтинговую оценку выполнения курсовой работы и составляет от 20 до 100 баллов.

Шкала соответствия рейтинговых оценок пятибалльным оценкам для оценивания курсовой работы.

Рейтинговая оценка (в баллах)	Оценка по пятибалльной шкале
100-110	«отлично» (5)
85-99	«хорошо» (4)
70-84	«удовлетворительно» (3)
менее 70	«неудовлетворительно» (1-2)

Оформление отзыва на курсовую работу.

После проверки курсовой работы преподаватель обязан написать отзыв на работу студента. Отзыв содержит сведения о рейтинговой оценке каждого из критериев курсовой работы, а также общую рейтинговую оценку. Отзыв оформляется на бланке (Приложение 7)

6. Методические рекомендации по выполнению работы

Работа выполняется на основе общепринятой структуры бизнес-плана. Далее представлены методические рекомендации по выполнению работы с учетом требований стандартов WorldSkills по компетенции Предпринимательство.

Тема: «Разработка бизнес-плана по созданию _____»

Введение (1-2 п.л.)

Актуальность выбранной темы, цель, задачи, объект, предмет исследования курсовой работы

Глава 1. Разработка бизнес-плана по созданию _____

Бизнес-план включает следующие разделы:

Проверка авторства формулировок бизнес-плана проводится с использованием системы <https://www.antiplagiat.ru> Допустимый процент заимствования 70 с правильным оформлением цитирования.

1.1. Резюме бизнес идеи Резюме составляется на 1-2 страницы после того, как написаны все разделы бизнес-плана.

Это характеристика проекта, раскрывающая цели проекта и доказательства его выгоды. Покажите, каким образом вам удалось выйти на конкретную бизнес-идею, какие способы (методы, механизмы) генерирования идей вы знаете (три и более) и как был осуществлен выбор конкретной идеи. Обоснуйте свой выбор конкретного способа «выхода» на идею. Как можно более точно и полно опишите продукт или услугу – их качественные характеристики, очевидную полезность (выгоду) для потребителя, не менее 3-х особенностей продукта (услуги). Чем конкретно будет интересен и привлекателен предлагаемый товар (услуга) клиенту. Каково практическое использование продукта / услуги для клиента? Необходимо показать (в полноте и логике) последовательность процессов от бизнес-идеи до ее реализации. Приведите в наглядной форме описание того, как получить продукт и / или услугу, которые будете предлагать на рынке. Если вы развиваете розничный бизнес здесь придется описать, где и кто ваши поставщики и др. Постарайтесь показать уникальность (оригинальность, креативность) предлагаемой бизнес-идеи. Обоснуйте наличие и перспективность рынка, на который будет выводиться товар (услуга). Четко сформулировать не менее 3-х ключевых факторов успеха, которые могут быть применены в ходе реализации проекта. Приведите доводы, подтверждающие реалистичность и практическую значимость для проекта приведенных ключевых факторов (таблица 1).

Если реализация проекта позволит решить социальные вопросы (создание новых рабочих мест, прокладка дорог и коммуникаций общего пользования, расширение жилого фонда, использование труда инвалидов и т.п.), то указать их.

Таблица 1 — Структура резюме

№ п/п	Ключевые вопросы	Комментарии
1.	Наименование проекта	
2.	Инициатор проекта	Краткие сведения об инициаторе проекта.
3.	Местонахождение проекта	Указываются: - юридический адрес, - контактные линии: телефон/факс, e-mail и др.
4.	Организационно-правовая форма реализации проекта	Указывается: - организационно-правовая форма предприятия,
5.	Сущность проекта:	Указываются:

	5.1.Цели 5.2.Способы их достижения 5.3.Бизнес-идея 5.4.Тип проекта	- основные цели проекта (объем производства и реализации продукции/услуг; планируемая доля рынка сбыта) и способы их достижения; - описание бизнес-идеи; - тип проекта
6.	Результаты проекта:	Приводятся основные показатели проекта: - объем производства и реализации продукции; - планируемая доля рынка сбыта; -выручка от реализации продукции, чистая прибыль, сумма накопленной амортизации за период и др.
7.	Общая сумма инвестиций:	Указывается общая сумма инвестиций в проект (в т.ч. на внеоборотные активы и оборотные средства)
8.	Оценки эффективности проекта: 8.1.период окупаемости; 8.2.используемая ставка дисконтирования; 8.3.чистый дисконтированный доход; 8.4.внутренняя норма доходности проекта	Приводятся показатели по проекту: - период окупаемости; - используемая ставка дисконтирования; - чистый дисконтированный доход (за 3 года); - внутренняя норма доходности проекта (за 3 года).
9.	Сумма средств, инвестируемых инициатором проекта:	Указывается сумма собственных средств, вкладываемых инициатором проекта (в т.ч. в %)
10.	Необходимое финансирование по проекту: 10.1.Сумма инвестиционного кредита 10.2.Процентная ставка 10.3.Срок и график кредитования 10.4.Срок возврата заемных средств 10.5.Гарантии по возврату кредита	Указываются: - необходимая сумма заемных средств для осуществления проекта (в т.ч. в %) - процентная ставка; - срок и график предоставления кредита; - срок возврата суммы и % за кредит; - гарантии возврата кредита (залог, поручительство)
11.	Сроки осуществления проекта	Указывается дата начала проекта, период планирования, дата актуальности данных по проекту.
12.	Ключевые факторы успеха, которые могут быть применены в ходе реализации проекта	
13.	Решение социальных вопросов	

1.2 Описание компании и продукта

Цель этого подраздела – дать общее описание компании и помочь потенциальному инвестору или партнеру получить ясное представление об интересующей его компании как объекте инвестирования или как о возможном партнере по бизнесу.

Объем этого раздела не должен превышать 1-2 страницы.

Таблица 2 — «Общее описание компании»

Ключевые вопросы	Комментарии
1. Предыстория бизнеса компании	
1.1. Основные данные о компании	Указываются: полное наименование, организационно-правовая форма, форма собственности,

	структура собственности, месторасположение и юридический адрес компании, почтовый адрес, электронный адрес, интернет-сайт, профиль и основные виды деятельности компании; характеристика юридических документов, требуемых для рассматриваемых видов деятельности (необходимые лицензии, разрешения, кем и когда выданы, сроки их действия, затраты на их получение).
1.2. История создания компании	Указываются: дата основания, основные этапы, имеющиеся достижения за последний период и их значение для бизнеса, стадия развития бизнеса в настоящий момент.
1.3. Текущая организация бизнеса	Описываются: состав членов управленческой команды, их доли участия в капитале, размер уставного капитала компании
1.4. Краткая характеристика инфраструктуры бизнеса	Указываются: основные здания и помещения, производственные мощности, активы компании.
2. Отличительные компетенции компании	
2.1. Главные факторы, которые приведут компанию к успеху.	Например, в числе потенциальных отличительных компетенций могут быть: 1. Способы удовлетворения потребностей основных потребителей (ноу-хау) 2. Эффективные системы сбыта продуктов/услуг 3. Квалифицированный персонал, уникальные специалисты 4. Географическое месторасположение и другие.

Как можно более точно и полно опишите продукт, качественные характеристики, очевидную полезность (выгоду) для потребителя, не менее 3-х особенностей продукта. Чем конкретно будет интересен и привлекателен предлагаемый товар клиенту. Каково практическое использование продукта? Дается описание тех видов продукции, которые предлагаются на рынок. Сведения по каждому виду продукции удобно представить в табличной форме (таблица 3).

Таблица 3 — Описание продукта(-ов)

Ключевые вопросы	Комментарии
1. Наименование продукции (услуг)	Указывается наименование продукции, например, в соответствии с ГОСТом.
2. Назначение продукта (услуги)	Указываются: удовлетворяемые потребности; область применения продукта.
3. Основные характеристики продукта (услуги)	Дается физическое описание и ключевые характеристики продукции (технические, эстетические и др.). Можно сослаться на соответствие требованиям ГОСТов или ТУ, отметить имеющиеся сертификаты качества и другие свидетельства, характеризующие продукцию.
4. Потребительские свойства продукта (услуги)	Указываются конкретные выгоды (преимущества), получаемые потребителем от использования продукта

	(услуги). Приводятся показатели: качества, надежности, безопасности эксплуатации, простота обслуживания и ремонта др. Отмечается, в чем состоит инновационность и уникальность продукции.
5. Основные конкурентные преимущества продукции (услуги)	Указываются конкурентные преимущества продукции в сравнении с имеющимися на рынке аналогами и образцами, а именно: продукцией ближайших конкурентов; лучшими отечественными и зарубежными образцами.
6. Основные потребители и направление использования продукции.	Указывается, используется ли продукция для конечного потребления, либо для дальнейшей переработки.
7. Ассортимент и структура выпуска продукции	Указываются планируемый ассортимент и структура выпуска продукции (в натуральных и стоимостных показателях).
8. Юридическая защищенность продукции (услуги)	Указывается наличие защищенности продукта в целом или его отдельных элементов (патентом, торговой маркой, правом на изготовление копий).
9. Дополнительные сервисные услуги.	Дается краткая характеристика: условий поставки, дополнительных сервисных услуг потребителям.

1.3. Маркетинговые исследования

Цель этого раздела – показать знание рынка и конкурентов, убедить потенциального инвестора (кредитора) в существовании рынка сбыта, оценить рынок и тем самым укрепить доверие к бизнес-плану.

1.3.1. Целевой рынок

Описывают целевые группы (приводятся качественные характеристики), на которые будет нацелен продукт/услуга компании. Должны быть представлены основные характеристики типичного клиента (портрет), причем такие, которые включены бизнес-концепцию. С использованием **методов и инструментов**, максимально точно и достоверно оценить размер всей целевой группы, на которую нацелены производимые компанией продукт. Также, необходимо оценить размер прогнозируемой доли от общей величины целевой группы, которую планирует занять ваша компания в процессе своей деятельности. Результаты представляются в таблице.

Таблица 4 – анализа целевой аудитории по Шеррингтону

Вопрос	Способ сегментации
What?/ Что?	
Who?/ Кто?	
Why?/Почему?	
When/ Когда?	
Where?/ Где?	

В результате исследования сформировалась картина среднестатистического покупателя: (сделать вывод)

1.3.2 Анализ конкурентов

Основные выводы на основе анализа конкуренции: общие соображения относительно конкуренции на рынке; перечень основных фирм-конкурентов и их характеристики;

разъяснение своих конкурентных преимуществ; ожидаемое влияние конкуренции на деятельность компании. Результаты представляются в таблице.

Таблица 5 – Анализ конкурентов

Конкуренты (в порядке убывания значимости)	Основные преимущества	Основные недостатки	Основные ассортиментные группы	Маркетинговые предложения
Конкурент 1				
Конкурент 2				
Конкурент n				
Ваша компания				

Анализ рынка выявил, что на сегодняшний день существует, следующие, конкуренты:

1.4. Планирование рабочего процесса

Цель состоит в том, чтобы подробно показать полный цикл бизнес-процесса «шаг за шагом», - от приобретения сырья или приема заказа, до его поставки или продажи его клиенту.прибыльности. На этом этапе развития деятельности должны быть проработаны какпозитивный, так и негативный варианты развития бизнеса, для которых должен бытьсоставлен антикризисный план.описание бизнес-процессов для производства конкретных товаров;

методы структурирования бизнес-процессов;

- описание полного жизненного цикла бизнес-процесса;
- меры для устойчивого развития бизнеса;
- способы формирования и развития организационных структур;
- пошаговое развития бизнес-процессов, от стадии закупки до запуска товаров;
- разные критические стадии бизнес-процессов;
- коммуникационные приемы для объяснения бизнес-процессов
 - взаимодействие персонала представить в виде организационной структуры.
- описать причины выбора конкретных организационных структур;
 - основные функции персонала компании, а также расчет ежемесячных затрат на его заработную плату представить в таблице.

1.5Маркетинговый план

В данном разделе по результатам проведенного маркетингового исследования разрабатывается детальный маркетинговый план, который отражаетвыбранную маркетинговую стратегию: определяет цель в области маркетинга, еёизмеримость, формулирует задачи для её достижения, обосновывает применение моделейпостроения маркетингового цикла, определяет и обосновывает примениениemarketingовых инструментов (маркетинговых коммуникаций).

1.5.1 Определение цели и стратегии маркетинга

При разработке маркетинговой стратегии необходимо показать её практическую ориентированность, оценить внешние и внутренние факторы при выборе маркетинговой стратегии, продемонстрировать владение различными видами анализа. Также очень важно правильно оценить маркетинговый бюджет, обосновать выбор стратегии ценообразования, описать каналы сбыта продукта или услуги. Кроме того, важно правильно распределить функциональные обязанности членов команды в области маркетинга, возможность передачи некоторых функций на аутсорсинг или обосновать отсутствие такой необходимости. Результаты работы представляются таблице

Для определения стратегии маркетинга можно использовать модель Майкла Портера, который выделял четыре основных конкурентных стратегии (рисунок 1).

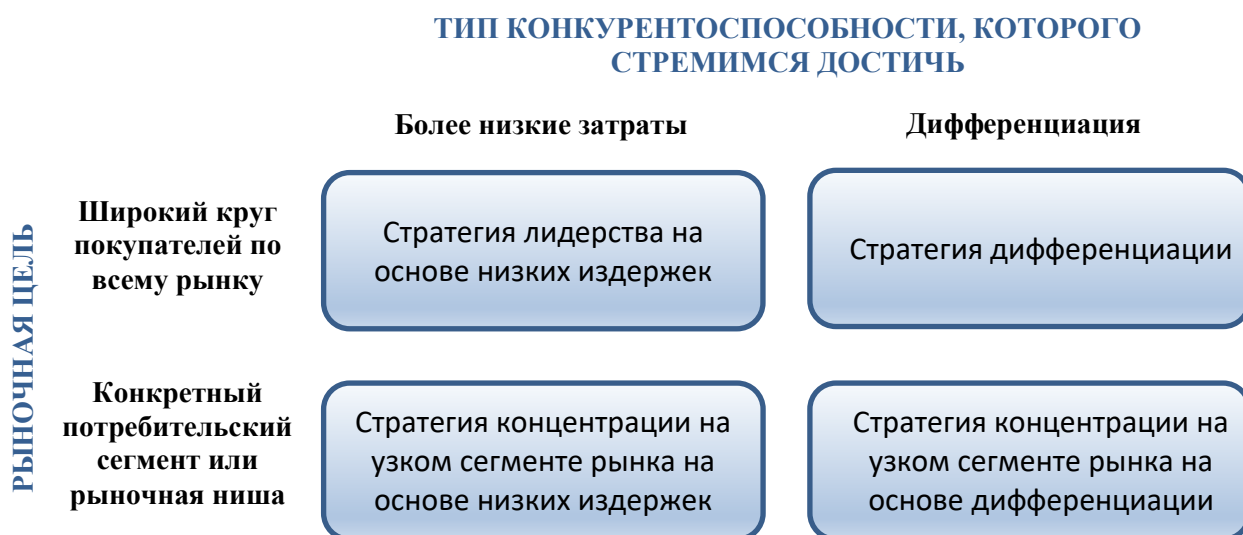


Рисунок 1 – Основные конкурентные стратегии по Майклу Портеру

Таблица 6 – Выбор варианта стратегии по матрице Майкла Портера

Стратегия	Возможности
Стратегия лидерства на основе низких издержек	.
Стратегия дифференциации	
Стратегия концентрации на узком сегменте рынка на основе низких издержек	
Стратегия концентрации на узком сегменте рынка на	

1.5.2 Разработка плана маркетинга

Для реализации стратегии маркетинга и достижения маркетинговой цели разрабатывается план маркетинга на основе концепции «4P» (рисунок 2).

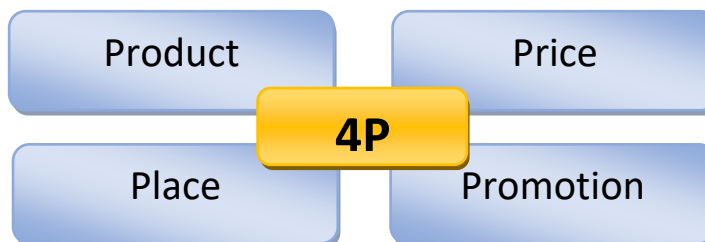


Рисунок 2 – Концепция 4P

В результате формируются 4 направления маркетинговой политики в отношении нового товара: товарная, ценовая, сбытовая политики и политика продвижения.

1.5.3 Товарная политика

Таблица 7 – Характеристики предлагаемого продукта

Параметр	Характеристика
Название	
Общая концепция товара	
Форма представления	
Функции	
Сенсорное единство	
Целевой сегмент	
Сфера применения	
Причины привлекательности продукта	

Общая оценка привлекательности вида продукции по рыночным, производственным и товарным критериям представляется в таблице 8.

Таблица 8 – Оценка нового продукта по различным критериям

Критерий	Оценка
Рыночные критерии	
Потребность в данном товаре	
Перспективы развития рынка	
Конкурентоспособность	
Степень стабильности рынка	

Производственные критерии	
Оборудование	
Сырьевые ресурсы	
Инженерно-технические знания и опыт персонала	
Товарные критерии	
Качество товара	
Реализация	
Реклама	

1.5.4 Ценовая политика

Расчет цены и точки безубыточности.

1.5.5. Сбытовая политика

Выбор канала сбыта обоснованием

1.5.6. Политика продвижения

Анализ потенциальных средств продвижения представить в таблице 7.

Таблица 9 – Анализ потенциальных средств продвижения

Средство продвижение	Охват	Степень воздействия	Преимущества	Примечание

Анализ инструментов продвижения показал, что....(сделать вывод по таблице)

1.5.7. Бюджет маркетинга представить в таблице 10.

Таблица 10 – Бюджет маркетинга, руб.

Статьи затрат	Сумма затрат, руб.
Итого текущие затраты на маркетинг	

1.6. Устойчивое развитие

Устойчивое развитие бизнеса – это уникальная стратегия развития предприятия, благодаря которой обеспечивается успешное длительное существование компании на конкурентном рынке. Чтобы устойчиво развиваться, предприятие должно строить долгосрочные планы, рационально использовать ресурсы и приумножать свой капитал.

Выполняя данный раздел, подтверждается понимание социальной ответственности - как важнейшей составляющей понятия об устойчивом развитии бизнеса.

Компания исследует возможности применения принципов устойчивого развития деятельности, необходимость кратко-, средне- и долгосрочных целей для устойчивого развития бизнеса. В этом контексте необходима разработка и реализация стратегий развития бизнеса с разумным подходом к экологическим, социальным и экономическим факторам.

Таблица 11 – Подходы к учету экономических, экологических и социальных факторов

Фактор	Подход к учету фактора
Экологический	Мы практически не наносим ущерб экологической среде, т.к. информационная сфера лишена материальных потоков. Мы не добываем полезные ископаемые, не вырубам леса, не уничтожаем экосистемы. Сама суть нашего бизнеса подразумевает экологическую чистоту.
Социальный	Мы помогаем нашим пользователям улучшить качество своей жизни, благодаря нашему продукту, который стремимся развивать. Мы создаем рабочие места и социально ответственны по отношению к персоналу – оформляем работников в соответствии с ТК и выплачиваем социальные отчисления.
Экономический	Одна из наших целей – получение прибыли. И эта прибыль не «проедается», а направляется на дальнейшее развитие компании. Наше развитие опять же способствует повышению прибыли. При этом мы платим налоги и таким образом вносим свой вклад в экономическое развитие общества.

Кроме этого, необходимо выяснить, является ли предлагаемый продукт (товар), подходящими с точки зрения устойчивости спроса и оценить это критически.

1.7. Техничко-экономическое обоснование проекта

В этом разделе компания должна провести точные расчеты на период не менее 2 лет, доказывающие, что задуманный бизнес будет иметь прибыль. Необходимо обосновать и аргументировать способы финансирования вашего проекта на стартовом этапе. Следует составить бюджет инвестиций, отдельно выделяя расходы стартового этапа, приобретение объектов основных средств, формирование оборотного капитала, а также определить

источники финансирования – собственные средств и внешние источники. В отношении заемного капитала следует учесть его стоимость и условия возврата.

Важно использовать результаты маркетинговых исследований по проявлению целевой группы/целевых групп при определении прогнозных объемов продаж. В этом модуле обосновывается, также, ценообразование на продукты и услуги с определением маржинального дохода на единицу продаж.

В рамках данного раздела необходимо:

- составить бюджет инвестиций;
- определить и обосновать текущие и будущие источников финансирования проекта (кредиты, займы, субсидии, гранты, краудфандинг и пр.);
- обосновать ценообразование (статьи переменных расходов на единицу продукции/услуг, маржа, маржинальная доходность);
- разработать план доходов и расходов – БДР (величины продаж в натуральном выражении на основе результатов маркетинговых исследований, доходы, переменные расходы, постоянные расходы, включая проценты по кредитам и займам, амортизацию, отчисления во внебюджетные фонды, налоги, определен чистый финансовый результат или чистая прибыль);
- обосновать выбор режима налогообложения и произвести расчеты всех налогов и выплат во внебюджетные фонды;
- изложить и обосновать стратегию основателей проекта (продажа, развитие проекта, привлечение стратегических инвесторов);
- рассчитать показатели экономической эффективности проекта.

Расчеты по прибылям и убыткам должны быть реалистичными и правильно выполненными.

Таблица 12 – Расчет необходимых единовременных затрат

Показатель	Стоимость, руб.
Итого	

Таблица 13 – График выплаты кредита

Показатель	Месяцы (1-ый год)												Итого за год	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		

Тело кредита на начало месяца													
Выплата тела кредита													
Выплата процентов													
Общая сумма выплат по кредиту													

Кроме единовременных вложений, организация в процессе своей деятельности будет нести текущие затраты

Таблица 14 – Расчет текущих затрат на заработную плату и отчисления

Показатель	В месяц, руб.	В год, руб.
Итого заработная плата с отчислениями		

Таблица 15 – Расчет общих текущих затрат

Показатель	В мес., тыс. руб.	В год, тыс. руб.
Итого		

Таблица 16 – Расчет общей выручки и прибыли от бизнес-проекта (1-ый год)

№	Показатели	Месяцы (1-ый год)												Итого за год
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1														
2														
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														
10														
11														
12														
13														
14														
15														
16														
17														
18														
19														
20														

Таблица 17 – Основные показатели эффективности проекта

Показатели	Месяцы (1-ый год)												Итого за год
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Единовременные вложения													
Чистая прибыль, тыс. руб.													
Чистый доход, тыс. руб.													
Накопленный чистый доход, тыс. руб.													
Индекс доходности, руб./руб.													
Срок окупаемости													

Таблица 18 – Основные финансовые показатели по годам проекта

Показатели	1-ый год	2-ой год	Итого
Общая выручка, тыс. руб.			
Текущие затраты, тыс. руб.			
Проценты по кредиту, тыс. руб.			
Прибыль от продаж, тыс. руб.			
Налог, тыс. руб.			
Чистая прибыль, тыс. руб.			
Рентабельность продаж, %			
Рентабельность продукции, %			

Определим, будут достигнуты ли установленные параметры цели маркетинга (таблица 17).

Таблица 19 – Оценка достижимости параметров цели маркетинга

Параметр цели	Достижимость параметра
Цель маркетинга –	
Экономический параметр –	
Рыночный параметр –	
Временной параметр –	

<p>ПРАВИТЕЛЬСТВО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА КОМИТЕТ ПО НАУКЕ И ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ</p> <p>Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «ПЕТРОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ» (СПб ГБПОУ «Петровский колледж»)</p>		
<p>Отделение информационно-промышленных технологий и судостроения <i>(заменить)</i></p>		
<p>КУРСОВАЯ РАБОТА</p>		
<p>ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью</p>		
<p>МДК.01.01 Организация коммерческой деятельности</p>		
<p>← 3,5 см →</p>	Выполнил:	
	Фамилия Имя Отчество	
	Студент (ка)	0000 группы
	Специальность	000000 Наименование специальности с прописной буквы без кавычек
	Руководитель: И.О.Фамилия	
	Оценка	
	<p><i>(Подпись руководителя)</i></p>	
<p>Санкт-Петербург, 2018</p>		

ПРАВИТЕЛЬСТВО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
КОМИТЕТ ПО НАУКЕ И ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ
Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное образовательное
учреждение
«ПЕТРОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(СПб ГБПОУ «Петровский колледж»)

Отделение международных программ, туризма и сервиса
(заменить)

ЗАДАНИЕ
для выполнения курсового проекта (работы)

Профессиональный модуль (дисциплина):

Специальность:

Группа, Ф.И.О. студента

Тема курсового проекта/работы

Дата выдачи задания «__» _____ 20__ г.

Проект/работа должен(на) быть сдан(а) не позднее «__» _____ 20__ г.

Содержание курсового проекта/работы

Введение

Основные разделы

Заключение

Руководитель курсового проекта/работы _____ (_____)

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Теоретические основы экономического анализа.....	5
1.1. Предмет, цели и задачи анализа.....	5
1.1 Методы анализа.....	9
1.2 Содержание анализа.....	14
2 Характеристика закрытого акционерного общества «Полином».....	17
2.1 Организационно-правовая форма и история создания.....	17
2.2 Характеристика деятельности предприятия.....	18
2.3 Характеристика современного состояния предприятия.....	20
3 Оценка эффективности хозяйственной деятельности закрытого акционерного общества «Полином».....	23
3.1 Анализ использования капитала.....	23
3.2 Анализ эффективности использования трудовых ресурсов.....	28
4 Анализ финансового состояния закрытого акционерного общества «Полином».....	37
4.1 Оценка состава и структуры баланса.....	37
4.2 Анализ финансовой устойчивости.....	42
4.3 Анализ ликвидности и платежеспособности предприятия.....	47
5 Анализ финансовых результатов деятельности закрытого акционерного общества «Полином».....	50
5.1 Анализ рентабельности предприятия.....	54
5.2 Возможные пути увеличения прибыли.....	56
Заключение.....	59
Список сокращений	60
Список использованных источников.....	62
Приложение А Показатели прибыли и убытков.....	64
Приложение Б Показатели бухгалтерского баланса.....	66
Приложение В Показатели финансового состояния.....	

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Примеры библиографических записей документов в списке
использованных источников

Характер источника	Примеры
Законодательные материалы	Конституция (Основной Закон) Российской Федерации: [принята общенародным голосованием в 1993г.] // Российская газета. 1993. №248. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1: [принят Гос. Думой 23 апреля 1994 года, с изменениями и дополнениями по сост. на 10 декабря 2011 г.] // Собрание законодательства РФ. 1994. № 22. Ст. 2457.
Описание стандартов	ГОСТ 2.316-2008 Единая система конструкторской документации. Правила нанесения надписей, технических требований и таблиц на графических документах. Общие положения. Взамен ГОСТ 2.316-68; введ. 01.02.1009. М.: Стандартиформ, 2009. 20 с.
Описание сборника стандартов	Система стандартов безопасности труда: [сборник]. М.: Изд-во стандартов, 2002. 102 с.
Книги одного автора	Калыгин В.Г. Промышленная экология: учебное пособие для вузов / В.Г. Калыгин. М.: Академия, 2004. 431 с.
Книги не более чем трёх авторов	Коноплев С.П. Менеджмент продаж: учеб. пособие для вузов / С.П. Коноплев, В.С. Коноплева. М.: Инфра-М, 2009. 303 с.
Книги более чем трёх авторов	Маркетинговые исследования в строительстве: учеб. пособие для студентов спец. «Менеджмент организаций» / О.В. Михненко, И.З. Коготкова, Е.В. Генкин, Г.Я. Сороко. М.: Гос.ун-т управления, 2005. 59 с.
Книга под редакцией	Основы менеджмента: учебник для вузов / под ред. А.И. Афоничкина. СПб.: Питер, 2007. 522 с.
Описание диссертации	Вербицкая Н.А. Злоупотребления при эмиссии корпоративных ценных бумаг: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.08 / Вербицкая Наталья Александровна. Красноярск, 2007. 192 с.
Описание статьи из журнала	Борисевич В. В. Государственная тайна под прицелом СМИ / В.В. Борисевич // Юриспруденция. 2011. № 3. С. 54–61.
Описание статьи из газеты	Вислогузов В. Регионы просят налогов / Вадим Вислогузов // Коммерсант. 2011. 19 сент. С. 14.
Электронные ресурсы (локальный доступ)	Основы менеджмента [Электронный ресурс]: электронный учебник / Л.В. Плахова, Т.М. Анурина, С.А. Легостаева и др.; StarForce, ИНФОФОНД. М.: Кнорус, 2008. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
Электронные ресурсы (удаленный доступ)	Любашевский Ю. Брендинг в России [Электронный ресурс] / Ю. Любашевский // Маркетолог. 2011. 21 окт. Режимдоступа: http://www.marketolog.ru . 10.12.2011. The American Historical Association [Electronic resource]. Washington, 2004. Mode access: http://www.historians.org/members/benefits.htm . 15.12.2011.

Пример оформления использованных источников**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

- 1 Конституция (Основной Закон) Российской Федерации: [принята общенародным голосованием в 1993г.] // Российская газета. 1993. №248.
- 2 Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1: [принят Гос. Думой 23 апреля 1994 года, с изменениями и дополнениями по сост. на 10 декабря 2011 г.] // Собрание законодательства РФ. 1994. № 22. Ст. 2457.
- 3 ГОСТ 2.316-2008 Единая система конструкторской документации. Правила нанесения надписей, технических требований и таблиц на графических документах. Общие положения. Взамен ГОСТ 2.316-68; введ. 01.02.1009. М.: Стандартиформ, 2009. 20 с.
- 4 Система стандартов безопасности труда: [сборник]. М.: Изд-во стандартов, 2002. 102 с.
- 5 Борисевич В. В. Государственная тайна под прицелом СМИ / В.В. Борисевич // Юриспруденция. 2011. № 3. С. 54–61.
- 6 Вербицкая Н.А. Злоупотребления при эмиссии корпоративных ценных бумаг: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.08 / Вербицкая Наталья Александровна. Красноярск, 2007. 192 с.
- 7 Вислогузов В. Регионы просят налогов / Вадим Вислогузов // Коммерсант. 2011. 19 сент. С. 14.
- 8 Калыгин В.Г. Промышленная экология: учебное пособие для вузов / В.Г.Калыгин. М.: Академия, 2004. 431с.
- 9 Коноплев С.П. Менеджмент продаж: учеб. пособие для вузов / С.П. Коноплев, В.С. Коноплева. М.: Инфра-М, 2009. 303 с.
- 10 Любашевский Ю. Брендинг в России [Электронный ресурс] / Ю. Любашевский // Маркетолог. 2011. 21 окт. Режим доступа: <http://www.marketolog.ru>. 10.12.2011.
- 11 Маркетинговые исследования в строительстве: учеб. пособие для студентов спец. «Менеджмент организаций» / О.В. Михненко, И.З. Коготкова, Е.В. Генкин, Г.Я. Сороко. М.: Гос.ун-т управления, 2005. 59 с.
- 12 Основы менеджмента: учебник для вузов / под ред. А.И. Афоничкина. СПб.: Питер, 2007. 522 с.
- 13 Основы менеджмента [Электронный ресурс]: электронный учебник / Л.В.

Плахова, Т.М. Анурина, С.А. Легостаева и др.; StarForce, ИНФОФОНД. М.: Кнорус, 2008. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

14 The American Historical Association [Electronic resource]. Washington, 2004. Mode access: <http://www.historians.org/members/benefits.htm>. 15.12.2011.

Примечание. При тематическом способе группировки библиографических записей существует общепринятая практика, которая предусматривает следующую структуру:

- нормативные акты;
- остальные источники на русском языке в алфавитном порядке;
- источники на иностранных языках в алфавитном порядке.

Нормативные акты располагаются в следующем порядке:

- международные акты, ратифицированные Российской Федерацией, причем сначала идут документы ООН;
- Конституция России;
- федеральные конституционные законы;
- кодексы;
- федеральные законы;
- указы Президента Российской Федерации;
- постановления Правительства Российской Федерации;
- приказы, письма и пр. указания отдельных федеральных министерств и ведомств;
- законы субъектов России;
- распоряжения губернаторов;
- распоряжения областных (республиканских) правительств;
- судебная практика (постановления Верховного и прочих судов России).

Законы располагаются не по алфавиту, а по дате принятия.

В библиографическом описании книги фамилию автора указывают в именительном падеже.

СПБ ГБПОУ «ПЕТРОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Отделение финансов, экономики и права

**ВЕДОМОСТЬ
ОЦЕНОК ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ/РАБОТ**

Профессиональный модуль (дисциплина): ПМ01. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью, МДК01.01. Организация коммерческой деятельности

2 курс группа № 1635

Специальность: 38.02.04 «Коммерция (предприятия торговли)»

Преподаватель: _____

№ п/п	Фамилия И.О. студента	Оценка	Подпись преподавателя
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			
16.			
17.			
18.			
19.			
20.			
21.			
22.			

Примечание: Оценки выставляются цифрами и в скобках прописью.

«__» _____ г.

Итого оценок: 5 _____

4 _____

3 _____

2 _____

1 _____

Не аттестовано _____

Подпись преподавателя _____

Курсовые проекты/работы в количестве _____ штук сданы на хранение в _____

Принял: методист _____

(подпись)

(расшифровка подписи)

«__» _____ 20__ г.

Приложение 7

к Положению об организации выполнения и защиты
курсовых проектов и курсовых работ
ПРАВИТЕЛЬСТВО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
КОМИТЕТ ПО НАУКЕ И ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ
Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное образовательное
учреждение
«ПЕТРОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(СПб ГБПОУ «Петровский колледж»)

Отделение финансов, экономики и права

ОТЗЫВ
на курсовую работу

Профессиональный модуль: *ПМ01. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью, МДК01.01. Организация коммерческой деятельности*
Специальность: *38.02.04 «Коммерция (предприятия торговли)»*

Группа *1635*
Ф.И.О. студента

Тема курсовой работы:

Раздел	Критерии	Рейтинговая оценка
1. Самостоятельность выполнения работы (проявление собственного, авторского мнения студента: делаются самостоятельные выводы, дается аргументированная критика и проводится самостоятельный экономический анализ фактического материала на основе приобретенных знаний экономической и специальной литературы по данной теме)	Работа написана самостоятельно	10
	Работа носит частично самостоятельный характер	5
	Работа носит не самостоятельный характер	2
2. «Содержание» работы соответствует заявленной теме, целям, задачам	Полностью соответствует выбранной теме	10
	Частично соответствует выбранной теме	5
	Не соответствует теме	2
3. Соответствие содержания разделов их названию	Соответствует	10
	Частично	5
	Не соответствует	2
4. Элементы исследования	Определены актуальность, цели и задачи исследования, сформулированы объект и предмет исследования, показана история и теория вопроса	10
	Определены не четко актуальность, цели, задачи исследования, объект и предмет исследования, частично показана история и теория вопроса	5

	Не определены актуальность, цели и задачи исследования, не сформулированы объект и предмет исследования, не показана история и теория вопроса	2
5. Цитирование и наличие ссылочного материала	Использовались	10
	Частично использовались	5
	Не использовались	2
6. Наличие собственных выводов, рекомендаций и предложений, собственной позиции и ее аргументации	Да	10
	Частично	5
	Нет	2
7. Оформление работы	Соответствует полностью требованиям	10
	Соответствует частично требованиям	5
	Не соответствует требованиям	2
8. Библиография по теме работы	Актуальна и составлена в соответствии с требованиями	10
	Актуальна и частично соответствует требованиям	5
	Не соответствует требованиям	2
9. Соблюдение сроков сдачи работы по этапам написания	Соблюдались	10
	Не соблюдались	2
10. Оценка на защите	Владеет теоретическим и практическим материалом по предмету курсовой работы	10
	Частично владеет теоретическим и практическим материалом по предмету курсовой работы	5
	Не владеет теоретическим и практическим материалом по предмету курсовой работы	2
	Владеет специальной профессиональной терминологией и навыками аргументации	10
	Частично владеет специальной профессиональной терминологией и навыками аргументации	5
	Не владеет специальной профессиональной терминологией и навыками аргументации	2
ИТОГО БАЛЛОВ:		

Дата сдачи курсовой работы «__» _____ 2018г.

Особые отметки (рекомендации к защите)

Предварительная оценка

Курсовая работа защищена «__» _____ 2018г.

Итоговая оценка _____

Руководитель курсового проекта/работы _____ (Н.П.Аралбаева)

Шкала соответствия рейтинговых оценок пятибалльным оценкам для оценивания курсовой работы

Рейтинговая оценка (в баллах)	Оценка по пятибалльной шкале
100-110	«отлично» (5)
85-99	«хорошо» (4)
70-84	«удовлетворительно» (3)
менее 70	«неудовлетворительно» (2)