

Министерство образования Российской Федерации
Тамбовский государственный технический университет

КОММЕРЦИЯ

Методические указания
по выполнению дипломных работ

Тамбов • Издательство ТГТУ • 2003

ББК У9(2)-13я73-7
К63

Утверждено Редакционно-издательским советом университета

Рецензент
Доктор экономических наук, профессор
Б. И. Герасимов

К63 Коммерция: Методические указания по выполнению дипломных работ / Сост.: А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова, Е.В. Зайцев, Н.В. Дюженкова. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2003. 20 с.

Приведены указания по выполнению дипломных работ студентами специальности 061400, 351300 «Коммерция»: технология разработки дипломной работы, примерная тематика, список рекомендуемой литературы.

ББК У9(2)-13я73-7

© Тамбовский государственный
технический университет
(ТГТУ),
2003

КОММЕРЦИЯ

• ИЗДАТЕЛЬСТВО ТГТУ •

Учебное издание

КОММЕРЦИЯ

Методические указания

Составители:

ДЕНИСОВА Анна Леонидовна,
МОЛОТКОВА Наталия Вячеславовна,
ЗАЙЦЕВ Евгений Валентинович,
ДЮЖЕНКОВА Наталия Владимировна

Редактор Т. М. Глинкина

Компьютерное макетирование И. В. Евсеевой

Подписано к печати 30.03.2003

Гарнитура Times New Roman. Формат 60 × 84/16. Бумага газетная

Печать офсетная. Объем: 1,16 усл. печ. л.; 1,0 уч.-изд. л.

Тираж 50 экз. С. 225

Издательско-полиграфический центр ТГТУ
392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14

I ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Имея в виду нынешние реалии в сфере торгово-потребительского рынка товаров и услуг, а также тенденции и перспективы становления рыночной экономики в России, представляется необходимым выполнение студентом-выпускником по специальности 061400, 351300 дипломной работы по дисциплине Государственного образовательного стандарта «Коммерция». Отличительными чертами коммерческой деятельности и развития предпринимательства являются рыночные отношения, способствующие рационализации структур торгового предприятия, установлению коммуникации, совершенствованию технологии управления торговыми процессами, налаживанию межличностных и деловых отношений в коллективе и между субъектами рынка.

Специалист коммерции – это специалист по организации процессов, связанных с куплей-продажей, обменом и продвижением товаров от производителей к потребителям с целью удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли.

Областью профессиональной деятельности специалиста коммерции является сфера товарного обращения. Объектами коммерции, как профессиональной деятельности выпускников, являются товары. Под товаром следует понимать продукцию отраслей материального и нематериального производства, поступившую на рынок для купли-продажи или обмена (потребительские товары, товары производственно-технического назначения, услуги, недвижимость, ценные бумаги, кредиты, духовно-информационный, интеллектуальный продукт и т.д.).

Выпускник должен быть подготовлен к выполнению коммерческо-организационной, научно-исследовательской, проектно-аналитической профессиональной деятельности.

У специалиста коммерции должна быть сформирована готовность к решению следующих профессиональных задач:

а) коммерческо-организационная деятельность:

- выбор товаров и формирование товарного ассортимента, подбор покупателей и поставщиков;
- планирование и организация процессов закупки и продаж товаров;
- организация коммерческих взаиморасчетов;
- организация товародвижения и создание системы стимулирования сбыта;
- управление товарными запасами;

б) научно-исследовательская деятельность:

- исследование и анализ товарных рынков;
- исследование ассортимента и конкурентоспособности товаров;
- исследование и моделирование бизнес-технологий;
- анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности;
- исследование информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности с целью ее оптимизации;

в) проектно-аналитическая деятельность:

- проектирование информационного обеспечения коммерческой деятельности;
- прогнозирование конъюнктуры товарных рынков;
- прогнозирование и проектирование номенклатуры товаров;
- разработка стратегии коммерческой деятельности предприятия на товарном рынке;
- проектирование процессов продвижения и реализация товаров на рынке;
- анализ и прогнозирование результатов коммерческой деятельности предприятия.

Дипломная работа является завершающей стадией обучения специалиста коммерции. При выполнении ее студенты изучают отечественный и зарубежный опыт коммерческой деятельности фирм на потребительском рынке, использование маркетинга и менеджмента в организации управления торгово-технологическими процессами, обеспечение товародвижения и товароснабжения; проводят комплексное исследование товарных рынков, анализ издержек, связанных с исполнением торговых сделок, продвижением товаров до потребителя, оценку эффективности коммерческой деятельности предприятий.

Выполнение дипломной работы имеет следующие цели:

- закрепление и углубление знаний студентов по общепрофессиональным и специальным коммерческим дисциплинам;
- освоение приемов работы с коммерческой информацией, научной и справочной литературой, периодическими изданиями;
- овладение методами научных исследований (аналитическими, статистико-экономическими, математическими, графическими, экспериментальными и др.) при решении задач, связанных с коммерческой деятельностью;
- привлечение и анализ материалов хозяйственной деятельности предприятий;
- подготовка предложений или практических рекомендаций по совершенствованию коммерческих процессов субъектов рынка;
- развитие навыков самостоятельной работы по организации управления коммерческой деятельностью предприятий.

В дипломной работе должны быть следующие основные разделы (в скобках указан примерный объем):

ВВЕДЕНИЕ (3 с.)

Раздел 1. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР (20 – 30 с.)

Раздел 2. МЕТОДИКА, СОДЕРЖАНИЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ ВЫПОЛНЕННОЙ РАБОТЫ (30 – 50 с.)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ (3 с.)

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ (3 с.)

ПРИЛОЖЕНИЯ

Дипломная работа представляется к защите в виде печатного текста, графиков, таблиц, схем, рисунков и других иллюстративных материалов объемом не менее 80 страниц.

Основное содержание каждого раздела приводится ниже.

ВВЕДЕНИЕ должно кратко характеризовать современное состояние научной проблемы, а также цель работы, включать четкую формулировку ее новизны и актуальности, обоснование необходимости выполнения.

В АНАЛИТИЧЕСКОМ ОБЗОРЕ должно быть полно и систематизированно изложено состояние проблемы, которой посвящена выбранная студентом тема дипломной работы. Предметом анализа должны быть новые идеи и проблемы в области коммерции, возможные методологические или методические подходы к их решению, данные экономического характера, оценка противоречивых сведений, содержащихся в различных исходных документах.

Раздел МЕТОДИКА, СОДЕРЖАНИЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ должен включать изложение методики, обоснование ее выбора (на общеизвестные методы даются только ссылки на соответствующие источники), подробное и последовательное содержание выполненной работы и описание всех промежуточных и окончательных результатов. Если в работе предусмотрена постановка эксперимента, то ука-

зываются цель и программа конкретных экспериментов, излагается их сущность, оценивается точность и достоверность значений показателей, последние сопоставляются с теоретическими данными.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ должно содержать краткую трактовку полученных результатов, их научную, практическую ценность или экономический эффект.

Кроме того, следует указывать, чем завершена работа: получением научных данных в области коммерции, разработкой новых методов и принципов исследований коммерческой деятельности, составлением рекомендаций (предложений), методик, разработкой норм и правил, программ и других результатов, описанием их возможного применения.

Список ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ должен включать, как правило, не менее 30 источников по всем разделам дипломной работы.

В ПРИЛОЖЕНИЯХ приводится вспомогательный материал: промежуточные математические расчеты, таблицы вспомогательных данных, анкеты, инструкции, иллюстрации вспомогательного характера и др. Приложения необходимо располагать в порядке появления ссылок в тексте работы.

К выполнению дипломной работы студент должен готовить себя, начиная с 3 курса, участвуя в работе студенческого научного общества, выполняя рефераты и курсовые работы, научные доклады.

Выбор темы дипломной работы должен определяться студентом, как правило, на 4 курсе с тем, чтобы темы курсовых работ позволили накопить предварительный материал для будущей дипломной работы.

Общее руководство дипломными работами осуществляет кафедра «Технология и организация коммерческой деятельности».

На выполнение дипломной работы, подготовку к сдаче междисциплинарного выпускного экзамена, защиту работы и сдачу экзамена предоставляется срок 4 месяца.

Основными этапами выполнения дипломной работы являются:

- выбор темы и утверждение ее кафедрой;
- подбор литературы и написание аналитического обзора;
- выполнение основного раздела, связанного с исследованиями (анализом), описанием содержания работы и ее результатов;
- оформление выпускной работы и ее представление на кафедру на допуск к защите;
- подготовка к защите и защита выпускной работы.

ТЕМАТИКА ДИПЛОМНЫХ РАБОТ. ВЫБОР ТЕМЫ

Тематика дипломных работ должна быть актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития торговли, рынка товаров и услуг. При выборе темы рекомендуется учитывать запросы и потребности торговых фирм.

Тематикой дипломных работ предусматривается проведение комплексного исследования коммерческой деятельности, основанного на российской модели рыночной экономики, на концепции экономики переходного периода, ее стабилизации и развития рыночных отношений. Для этого потребуются определенные изыскания по следующим направлениям:

- исследование теоретических и практических разработок в области коммерции;
- анализ и обобщение зарубежных и отечественных теорий и практики рыночного хозяйствования для формирования и развития коммерческого дела, маркетинга и менеджмента;

- определение концептуальных основ развития коммерческой деятельности и предпринимательства в торговых предприятиях;
- структуризация рыночных механизмов с точки зрения сферы их приложения в практику торгового процесса;
- информационное, компьютерное обеспечение коммерческой деятельности, направленное на управление торгово-технологическим процессом.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ДИПЛОМНЫХ РАБОТ

- 1 Анализ и оценка коммерческой деятельности торгового предприятия.
- 2 Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности оптового (розничного) торгового предприятия. Ассортимент и показатели качества продаваемых товаров.
- 3 Анализ и прогноз потребительского спроса на рынке товаров и услуг.
- 4 Информационная система обеспечения закупочно-сбытовой деятельности предприятия, ее роль и оценка эффективности.
- 5 Исследование и оптимизация ассортимента товаров для формирования товарно-ассортиментной политики фирмы на потребительском рынке.
- 6 Исследование развития коммерческой деятельности торговых предприятий в условиях рынка.
- 7 Исследование рынков закупок и сбыта потребительских товаров в оптовой торговле.
- 8 Исследование форм и методов розничной продажи и ее стимулирование.
- 9 Коммерческая деятельность как фактор развития предпринимательства в торговых предприятиях.
- 10 Коммерческая деятельность и функции маркетинга в торговле.
- 11 Коммерческая деятельность торгового предприятия и ее особенности в условиях рынка информационных услуг и продуктов.
- 12 Коммерческо-сбытовые операции с торгово-посредническим звеном и их содержание.
- 13 Компьютерное моделирование основных бизнес-процессов на предприятиях.
- 14 Концептуальные основы развития потребительского рынка в России как основной сферы коммерческой деятельности.
- 15 Методические основы и проблемы коммерческой деятельности в сфере торговли (оптовой или розничной).
- 16 Методические основы оценки потребительских предпочтений на рынке и ее значение для коммерческой деятельности фирмы.
- 17 Моделирование коммерческой стратегии развития торговой фирмы на потребительском рынке.
- 18 Обеспечение безопасности предпринимательской деятельности в сфере потребительского рынка.
- 19 Организационное и финансовое обеспечение коммерческой деятельности предприятия.
- 20 Организационные основы продажи товаров со склада оптового предприятия: методы, организация и эффективность. Товароведная характеристика конкретных товаров.
- 21 Организация консультационной деятельности фирмы на потребительском рынке.
- 22 Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг и др.).
- 23 Организация коммерческой деятельности в условиях Интернет-среды.

- 24 Организация маркетинговых коммуникаций на рынке информационных услуг и продуктов.
- 25 Организация международной торговли в сфере малого бизнеса.
- 26 Организация поставок и хранения товаров на складе оптового предприятия.
- 27 Организация процесса продажи товаров и инфраструктуры сервиса обслуживания покупателей в сфере розничной торговли.
- 28 Организация рекламы и ее влияние на результативность коммерческой деятельности.
- 29 Организация системы закупочной деятельности в оптовом торговом предприятии на рынке потребительских товаров и услуг. Система сертификации и контроля качества.
- 30 Организация системы товароснабжения и товародвижения: образование, оптимизация, учет и контроль.
- 31 Организация торгового сервиса в сфере розничной торговли и его влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия.
- 32 Организация управления сбытом товара на потребительском рынке и его стимулирование.
- 33 Технологии и организация электронной коммерции.
- 34 Планирование и организация управления реализацией товаров в торговой фирме.
- 35 Планирование и осуществление закупок товаров у поставщиков.
- 36 Проблемы регулирования и поддержки предпринимательства.
- 37 Разработка системы информационного обеспечения деятельности фирмы.
- 38 Риск в торговле и его влияние на закупку и продажу товаров на потребительском рынке.
- 39 Совершенствование коммерческой деятельности торговых предприятий на основе новых технологий ведения бизнеса.
- 40 Состав и оценка рисков в коммерческой деятельности оптовой торговой фирмы.
- 41 Управление коммерческой деятельностью за рубежом и практика ее использования с учетом особенностей отечественных торговых предприятий.
- 42 Управление товарными запасами на торговом предприятии.
- 43 Формирование ассортимента товаров и услуг, оценка его основных показателей и роли хозяйственной деятельности предприятия.
- 44 Формирование и управление коммерческими операциями в оптовой торговле.
- 45 Франчайзинг в малом бизнесе и его развитие в сфере потребительского рынка товаров и услуг.

Примерная тематика дипломных работ разрабатывается кафедрой ежегодно, пересматривается и обновляется. Студентам предоставляется право выбора темы дипломной работы. Можно предложить свою тему с обоснованием целесообразности ее разработки. При выборе темы студент должен учитывать, прежде всего, наличие субъекта и объекта исследования, а также опыт коммерческой деятельности. Выбрав тему, студент подает на имя декана экономического факультета заявление по установленной форме (имеется в наличии на факультете) о закреплении за ним темы и назначении руководителя дипломной работы. Тема и назначение руководителя утверждаются заведующим кафедрой, затем по представлению декана закрепление темы и научный руководитель оформляются приказом ректора.

РУКОВОДСТВО ДИПЛОМНОЙ РАБОТОЙ. ПОДГОТОВКА ЕЕ К ЗАЩИТЕ

Руководитель дипломной работы:

- выдает задание на дипломную работу;
- помогает студенту в определении структуры дипломной работы;
- рекомендует студенту необходимую литературу по теме;
- оказывает помощь в выборе методов исследования;
- проверяет выполнение работы (по частям и в целом);
- дает рекомендации по оформлению работы;
- дает отзыв на законченную дипломную работу;
- проводит предзащиту дипломной работы с целью выявления готовности студента к ее защите.

В задании на дипломную работу указываются цель, объем и содержание, определяются сроки выполнения и сдачи работы на кафедре. Задание в 2-х экземплярах подписывается руководителем и студентом, после чего утверждается заведующим кафедрой. Один экземпляр остается на кафедре, другой – у студента, который прилагается к работе после ее выполнения.

Заведующий кафедрой «Технология и организация коммерческой деятельности» и декан экономического факультета контролируют ход выполнения студентами дипломных работ. Декан факультета направляет законченную дипломную работу студента на внешнее рецензирование. Дипломная работа с положительными отзывом и рецензией допускается к защите заведующим кафедрой ТиОКД.

К защите дипломной работы студент готовит доклад, длительность которого должна быть не более 10 минут, 3 – 5 таблиц, схем или других видов иллюстративных материалов. В докладе необходимо отразить актуальность темы, цель, предмет исследования, представить полученные результаты в обобщенном виде, указать их значимость и возможность использования в практике коммерческой деятельности.

РАБОТА С ПЕРВОИСТОЧНИКАМИ

Дипломная работа выполняется на основе изучения литературы по специальности, статистических сборников, научных статей по тематике дипломной работы. Работу над источниками студент должен начинать с подбора и составления списка литературы, используя для этой цели библиотечный каталог, библиографический справочный материал, каталоги поисковых компьютерных систем и пр. При написании работы необходимо использовать Указы Президента, законы, законодательные и нормативные акты Правительства и Государственной Думы РФ, распоряжения и нормативные документы государственных органов, учебную, научную, справочную литературу и периодическую печать.

Список учебной, научной и периодической литературы следует составлять согласно требованиям ГОСТа. При ссылке в тексте на источники следует приводить порядковый номер по списку источников, заключенный в квадратные скобки.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Автоматизированные системы обработки экономической информации / Под ред. А.Н. Рожнова. – М.: Финансы и статистика, 1986.
- 2 Автоматизированные системы управления предприятием и объединением. – Киев, 1987.
- 3 Аксененко А.Ф. Информационное обеспечение экономического анализа. – М.: Финансы, 1978.

- 4 Андреева И.А. Состояние и тенденции развития рынка информационных продуктов и услуг // Информационные ресурсы России. – 1998. – № 1 (38).
- 5 Аппак М.А. Автоматизированные рабочие места на основе персональных ЭВМ. – М.: Радио и связь, 1989.
- 6 Артамонов Г.Т. Информатика: теория и практика (заготовки к книге) // НТИ. Сер. 1. – 1998. – № 1.
- 7 Артамонов Г.Т. Информатика: теория и практика (заготовки к книге) // НТИ. Сер. 1. – 1998. – № 2.
- 8 Афанасьев В.Г. Системная информация и управление. – М.: Политиздат, 1975.
- 9 Афанасьев З.В., Ярошенко В.Н. Эффективность информационного обеспечения управления. – М.: Экономика, 1987.
- 10 Афоничкин А.И. и др. Качество информационного обеспечения процессов управления. – Саранск, 1988.
- 11 Берталанфи Л. фон. История и статус общей теории систем // Системные исследования: Ежегодник. – М.: Наука, 1973.
- 12 Бешелев И.П., Гурвич Ф.Г. Экспертные оценки. – М.: Наука, 1973.
- 13 Блауберг И.В., Юдин Э.Г. Становление и сущность системного подхода. – М.: Знание, 1972.
- 14 Блюменау Д.И. Информация и информационный сервис. – Л.: Наука, 1989.
- 15 Борисов А.Н., Левченков А.С. Методы интерактивной оценки решений. – Рига: Знание, 1982.
- 16 Васильев В.Н. Организация производства в условиях рынка: Учебное пособие. – М.: Машиностроение, 1993.
- 17 Ващекин Н.П. Научно-информационная деятельность: Философские методологические проблемы. – М.: Мысль, 1984.
- 18 Введение в информационный бизнес: Учебное пособие / Под ред. В.П. Тихомирова, А.В. Хорошилова. – М.: Финансы и статистика, 1996.
- 19 Витерс Дж., Випперман К. Как продать свои услуги. Руководство по маркетингу в сфере услуг для малых предприятий. – М.: Московский бизнес-центр, 1989.
- 20 Вожжанов А.П. Модели экономических систем. – М.: Знание, 1991.
- 21 Гейн К., Сарсон Т. Структурный системный анализ: средства и методы. – М.: Эйтекс, 1992.
- 22 Герасимов Б.И., Денисова А.Л., Зайцев Е.В. и др. Управление качеством: генезис теории и практики становления системного подхода. М.: Машиностроение, 2000.
- 23 Голосов О.В. Информационный бизнес // Информационная среда профессиональной подготовки специалиста. Тамбов: ФА при Правительстве РФ, ТГТУ. – 1997. – Ч. 1.
- 24 Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. – М.: Издательство «Дело», 1995.
- 25 Горский Ю.М. Системно-информационный анализ процессов управления. – Новосибирск: Наука, 1988.
- 26 Громов Г.Р. Национальные информационные ресурсы: проблемы промышленной эксплуатации. – М.: Финансы и статистика, 1984.
- 27 Денисова А.Л. Концепция качества информационных услуг: Монография. – М.: МАИ, 1998. – 6,3 п. л.
- 28 Денисова А.Л. Управление качеством информационных услуг: Монография. – М.: Перспектива, 2001. – 12,0 п. л.

- 29 Денисова А.Л., Зайцев Е.В. Теория и практика экспертной оценки. Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2001.
- 30 Денисова А.Л., Молоткова Н.В. Организация коммерческой деятельности в условиях Интернет-среды. Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2002.
- 31 Денисова А.Л., Пархоменко В.Л. Маркетинг информационных услуг и продуктов: Учебное пособие. – М.: Машиностроение, 2000.
- 32 Евланов Л.Г., Кузнецов В.А. Экспертные оценки в управлении. – М.: Экономика, 1978.
- 33 Елепов Б.С. Управление процессами использования информационных ресурсов. – Новосибирск, 1989.
- 34 Ивлев В., Каменнова М., Попова Т. Методологический подход к реорганизации деятельности предприятия // Открытые Системы. – 1996. – № 2.
- 35 Ильенкова Н.Д. Спрос: анализ и управление: Учеб. пособие / Под ред. И.К. Беляевского. – М.: Финансы и статистика, 1997.
- 36 Информатика: Учебник / Под ред. проф. Н.В. Макаровой. – М.: Финансы и статистика, 2000.
- 37 Информационный бизнес в России // Сб. научных трудов под ред. О.В. Голосова, А.Л. Денисовой. – Тамбов: ТГТУ, 1997 – 2002. Вып. 1 – 5.
- 38 Кадровое обеспечение информационного бизнеса // Сб. научных трудов под ред. О.В. Голосова, А.Л. Денисовой. – Тамбов: ТГТУ, 1997 – 2002.
- 39 Качество информационных услуг // Сб. научных трудов под ред. О.В. Голосова, А.Л. Денисовой. – Тамбов: ТГТУ, 1999 – 2002. Вып. 3 – 5.
- 40 Клиланд Д., Кинг В. Системный анализ и целевое управление. – М.: Сов. радио, 1974.
- 41 Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
- 42 Ковальков Ю.А., Дмитриев О.Н. Эффективные технологии маркетинга. – М.: Машиностроение, 1994.
- 43 Коган В.З. Демон информации в современном мире (к методологии информологического подхода) // НТИ. Сер. 1. – 1998. – № 5.
- 44 Коммерческое товароведение и экспертиза: Учеб. пособие для вузов / Г.А. Васильев, Л.А. Ибрагимов, Н.А. Нагапетьянц и др. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 135 с.
- 45 Коммерческое товароведение: Учебник для вузов / В.И. Теплов, М.В. Сероштан, В.Е. Боряев и др. – М.: Изд. дом "Дашков и К", 2000. – 620 с.
- 46 Концепция формирования и развития единого информационного пространства в России и соответствующих государственных информационных ресурсов. – М.: Информрегистр, 1996.
- 47 Корюшкова А.А. Информационный рынок: продукция, услуги, цены и ценообразование. – М.: Коринф, 1992.
- 48 Косова Л.Н. Товарная программа информационных центров. Факторы формирования // НТИ. Сер. 1. – 1998. – № 5.
- 49 Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1990.
- 50 Литвак Б.Г. Экспертная информация. Методы получения и анализа. – М.: Радио и связь, 1982.
- 51 Любинецкий Я.Г. Анализ затрат на создание, производство и эксплуатацию изделий. – М.: Финансы и статистика, 1991.
- 52 Мазур М. Качественная теория информации. – М.: Мир, 1974.
- 53 Майоров С.И. Информационный бизнес: коммерческое распространение и маркетинг. – М.: Финансы и статистика, 1993.

- 54 Маккей Х. Как уцелеть среди акул. – М.: Экономика, 1991.
- 55 Маркетинг: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996.
- 56 Маркова В.Д. Маркетинг услуг. – М.: Финансы и статистика, 1991.
- 57 Микешин А.И. Теория экономических информационных систем. – М.: Финансы и статистика, 1993.
- 58 Мовсесян А.Г. Институциональное строительство информационного общества в России // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 6 Экономика. – 1997. – № 1.
- 59 Молоткова Н.В. Информационные технологии в бизнесе. Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2001.
- 60 Нижегородцев Р.М. Проблемы маркетинга научно-технической информации // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 6 Экономика. – 1996. – № 6.
- 61 Нижегородцев Р.М. Экономика информационного производства: становление, развитие, перспективы // Вестн. Моск. ун-та – Сер. 6 Экономика. – 1997. – № 1.
- 62 Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров: Теорет. основы: Учебник для студентов вузов по спец. «Коммерция» / М. А. Николаева. – М.: Норма, 1997. – 283 с.
- 63 О государственной тайне: Закон РФ. – М., 1997.
- 64 Организация маркетинга и рекламы информационных продуктов и услуг / Под ред. М.М. Малинина. Разд. 1 – 7. – М.: «Союзинформ», 1991.
- 65 Павлов Г.Ю. Международная капиталистическая торговля услугами и проблемы ее регулирования // Приложение к бюллетеню иностранной коммерческой информации. – 1987. – № 2.
- 66 Панкратов Ф.Г., Серегина Т. К. Коммерческая деятельность: Учебник для студентов высш. и сред. спец. учеб. зав. – 4-е изд. – М.: Информ.-внедр. центр «Маркетинг», 1998. – 328 с.
- 67 Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. – М.: «Ось-89», 1996.
- 68 Практика становления и перспективы развития информационного бизнеса в России // Сб. научных трудов под ред. О.В. Голосова, А.Л. Денисовой. – Тамбов: ФА при Правительстве РФ, ТГТУ, 1998. – Ч. 1. – 14 п. л.
- 69 Пучков Н.П., Денисова А.Л., Щербакова А.В. Математика в экономике. Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2000. – Вып. 2.
- 70 Рищенко Д.В. Информационное обеспечение деятельности предприятия в условиях рынка: методы и пути оптимизации // Экономика и коммерция. – 1995. – № 3.
- 71 Роджерс Л. Маркетинг в малом бизнесе / Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1995.
- 72 Родионов И.И. Мировой рынок информационных услуг: основные характеристики, цены и методы маркетинга. – М.: МП «Данные, информация, знания», 1991.
- 73 Рынок. Бизнес. Коммерция. Экономика: Типовой терминологический словарь / Сост. И.С. Калашников; Под ред. Л. П. Дашкова. М: Информ.-внедр. центр «Маркетинг», 1994. – 219 с.
- 74 Современные информационные технологии в профессиональной деятельности экономиста // Сб. научных трудов под ред. О.В. Голосова, А.Л. Денисовой. – Тамбов: ФА при Правительстве РФ, ТГТУ, 1997. – 7,7 п. л.
- 75 Солопов С.В., Денисова А.Л., Пархоменко В.Л. Маркетинг информационных услуг и продуктов: Электронный учебник. – М., 2000. (Номер государственной регистрации № 2000610729, реестр программ для ЭВМ).

- 76 Справочник предпринимателя: розничная торговля, оптовая торговля, грузовой транспорт, общественное питание, гостиничное хозяйство. – М.: Наука, 1994. – 592 с.
- 77 Сыроежин И.М. Совершенствование системы показателей эффективности и качества. – М., 1980.
- 78 Тамбовцев В.Л. Пятый рынок: экономические проблемы производства информации. – М.: Изд-во МГУ, 1993.
- 79 Тезисы докладов научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава и аспирантов «Конкурентоспособность и надежность предприятий на рынке товаров и услуг». – М.: Изд-во МГУК, 1997. – 422 с.
- 80 Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Тропические и субтропические плоды: Алкогольные напитки: Кондитерские товары: Учебное пособие / С. Н. Гамидуллаев, Е. В. Иванова, С. Л. Николаева, В. Н. Симонова. – СПб.: Альфа, 2000. – 432 с.
- 81 Товароведение продовольственных товаров: Учебное пособие для вузов / Л.С. Микулович, А.В. Локтев, И.Н. Фурс и др.; Под общ. ред. О.А. Брилевского. – Минск: БГЭУ, 2001. – 614 с.
- 82 Торговля. Услуги. Защита прав потребителей. – М.: Атлас, 1994.
- 83 Третьяк О.А. Маркетинг взаимосвязи производства, торговли и потребления. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 1992.
- 84 Тябин В.Н. Математическая теория ценообразования. – Обнинск: ИАТЭ, 1994.
- 85 Фатрелл Ч. Основы торговли. – М.: Довгань, 1999. – 700 с.
- 86 Финько О.А. О развитии информационного пространства России // Информационные ресурсы России. – 1998. – № 1 (38).
- 87 Цыгичко В.Н. Руководителю – о принятии решений. – М.: ИНФРА-М, 1996.
- 88 Четыркин Е.М. Методы финансовых и коммерческих расчетов. – М.: Дело, 1992.
- 89 Шерр И.Ф. Учение о торговле. Кн. 1, 2. – М.: «Перспектива», 1993.
- 90 Шкардун В.Д. Маркетинг в практике информационных служб организаций и предприятий: Методическое пособие. – М.: НПО «Союзмедиаинформ», 1992.
- 91 Шон А. Деловое планирование и предпринимательство / Пер. с англ. – М., 1995. – 79 с.
- 92 Экономика и организация предпринимательства: Учеб.-метод. материалы / Рос. Акад. гос. службы при Президенте РФ. – М., 1996. – 31 с.
- 93 Эрлих А. Технический анализ товарных и финансовых рынков: Прикл. пособие. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 176 с.
- 94 Юрьев В.М., Грошев И.В., Гостилович Т.А., Мамонтов В.Д. и др. Основы экономической теории. Тамбов: ТРО ВЭО России; Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина, 2000.
- 95 Яновский А.М. Информационное обеспечение развития предприятия в условиях рыночной экономики // НТИ. Сер. 1. – 1997. – № 3.

УКАЗЫ, ЗАКОНЫ И НОРМАТИВНЫЕ АКТЫ

- 1 О коммерциализации деятельности предприятий торговли в РСФСР: Указ Президента РСФСР // Российская газета. 1991. – 2 июля.
- 2 О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках: Закон Российской Федерации от 22.03.1991 г.
- 3 О свободе торговли: Указ Президента РФ // Российская газета. – 1992. – 1 февраля.

4 О дополнительных мерах по реализации Указа Президента РФ «О свободе торговли»: Указ Президента РФ // Экономика и жизнь. 1993. – № 47. – С. 5.

5 О мерах по государственному регулированию и улучшению торгового обслуживания населения: Постановление Д12 08.1994 г. № 936 // Экономика и жизнь. – 1994. – № 38. – С. 3

6 О некоторых мерах по обеспечению государственного управления экономикой: Указ Президента РФ // Российская газета. – 1994. – 16 июня.

7 Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» // Собр. законодательства РФ. – 1995. – № 25. – Ст. 2343.

8 Федеральный закон РФ «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства»: Принят 29.12.1995 г. // Российская газета. – 1996. – 11 января.

9 Федеральный Закон об акционерных обществах. – М.: Изд-во юрид. лит., 1996. – 80 с.

При выполнении курсовой работы необходимо использовать справочную литературу, статистические сборники и статьи периодических изданий.