

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Департамент научно-технологической политики и образования
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение
высшего образования
«Красноярский государственный аграрный университет»

ОРГАНИЗАЦИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Организация, технология и проектирование предприятий для студентов всех форм обучения направления подготовки (уровень бакалавриата) 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров»

Красноярск 2016 г

Рецензент:

Власова Е.Ю. - канд. эконом. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и статистики ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ

Матюшев В.В.

Организация, технология и проектирование предприятий: метод. указания / В.В. Матюшев, И.А. Чаплыгина, Н.О. Васильева, Е.А. Нечушкина; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2016. – 44 с.

Методические указания содержат рекомендации по организации внеаудиторной самостоятельной работы студента при выполнении и подготовке к защите курсовой работы по дисциплине «Организация, технология и проектирование предприятий».

Предназначено для студентов всех форм обучения по направлению подготовки бакалавров 38.03.06 «Торговое дело».

© Матюшев В.В., Чаплыгина И.А.,
Васильева Н.О., Нечушкина Е.А., 2016
© ФГБОУ ВО «Красноярский государственный
аграрный университет», 2016

СОДЕРЖАНИЕ

<u>Введение</u>	4
<u>1. Порядок выполнения и структура курсовых работ</u>	4
<u>1.1 Порядок выполнения и защиты курсовой работы</u>	6
<u>1.2 Примерные темы курсовых работ</u>	8
<u>1.3 Примерное содержание курсовой работы</u>	8
<u>1.3.1 Примерная структура курсовой работы предприятия оптовой торговли</u>	8
<u>1.3.2 Примерная структура курсовой работы предприятия розничной торговли</u>	11
<u>1.4 Анализ месторасположения торгового предприятия</u>	17
<u>1.5 Определение границ зон тяготения торгового предприятия по минутам пешего хода</u>	19
<u>1.6. Оценка потенциала торгового участка по числу проходящих мимо пешеходов и проезжающих автомобилей</u>	21
<u>1.7. Особенности устройства и технологическая планировка магазина</u>	23
<u>2 Требования к оформлению курсовой работы</u>	34
<u>2.1 Оформление расчетно-пояснительной записки</u>	34
<u>2.2 Оформление графической части</u>	41
<u>Рекомендуемая литература</u>	43

Введение

Целью выполнения курсовой работы по дисциплине "Организация, технология и проектирование предприятий" является формирование у студентов навыков профессиональной деятельности в сфере торговли. Задачей выполнения курсовой работы является формирование у студента общепрофессиональных ОПК-3, 4, 5 и профессиональных ПК-2, 8, 9, 13 компетенции согласно ФГОС ВО.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется выполнение курсовой работы по дисциплине "Организация, технология и проектирование предприятий" являются: бизнес-планирование, рынок продовольственных товаров, маркетинговые исследования, статистика, маркетинг, коммерческая деятельность, теоретические основы товароведения, менеджмент, информационные технологии в профессиональной деятельности, организация торговых предприятий.

1. Порядок выполнения и структура курсовых работ

Курсовая работа по дисциплине «Организация, технология и проектирование предприятий» - самостоятельная работа студента, основной **целью** которой является подготовка студентов к творческому решению конкретных задач при проектировании торговых предприятий.

Курсовая работа по направлению 38.03.06 «Торговое дело» нацелена на формирование следующих компетенций:

- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ОПК-3);

- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения,

переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией (ОПК-4);

- готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления (ОПК-5);

- способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери (ПК-2);

- готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания (ПК-8);

- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК- 9);

- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК- 13).

Задачами курсовой работы являются:

1. выбор вида, типа и специализации торгового предприятия;
2. обоснование выбора месторасположения торгового предприятия;
3. устройство и планировка торгового зала и помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже.

Разрабатывая магазин или склад, следует обратить внимание, какое место занимают предприятия оптовой и розничной торговли в процессе товародвижения и как они влияют на этот процесс.

В курсовой работе предусмотрена графическая часть, которая состоит из плана оптового или розничного предприятия, выполненного в графических программах (редакторах) ПЭВМ и распечатана на бумажном носителе формата А1. По итогам выполнения курсовой работы выставляется оценка. Курсовая работа допускается к защите при условии законченного оформления и допуска преподавателя. Курсовая работа должна быть защищена до начала экзаменационной сессии.

Курсовая работа содержит следующие основные разделы:

- введение;
- основную часть;
- заключение.

Во введении кратко обосновывается целесообразность выбора торгового предприятия для проектирования, значимость и актуальность выбранной темы курсовой работы. Должны быть четко определены и сформулированы цель, задачи исследуемой проблемы. Объем введения должен составлять 1 - 3 страницы печатного текст.

Примеры формулировки цели. Тема курсовой работы:

1. Организация формирования ассортимента товаров в магазине. Целью курсовой работы является получение необходимых знаний и умений для разработки эффективной ассортиментной политики магазина, повышения его конкурентоспособности и росту прибыли.

2. Организация работы супермаркета и пути его совершенствования. Целью организации работы супермаркета и пути его совершенствования является обеспечение удобства и привлекательности покупателям, обеспечение эффективного использования площадей для достижения планируемого уровня товарооборота и прибыли владельца.

Основная часть работы делится на разделы, подразделы и пункты. Каждый элемент основной части (раздел, подраздел, пункт) должен представлять собой законченный в смысловом отношении фрагмент курсовой работы. В структуре основной части должно быть выделено несколько разделов, а в их составе не менее двух подразделов.

В заключении обосновывается практическая значимость работы, формулируются основные выводы и предложения по результатам проведенной работы. Объем заключения - не более 3 страниц.

1.1 Порядок выполнения и защиты курсовой работы

Тема работы выбирается студентом самостоятельно, исходя из предложенной тематики. Студент имеет право предложить свою тему работы, обосновав выбор и согласовав ее с руководителем работы. Курсовая работа может выполняться по торговому предприятию где студент проходил производственную практику. Студент выполняет курсовую работу под руководством преподавателя в соответствии с утвержденным графиком. Предварительно составляется ее план и согласовывается с руководителем работы. Текущее руководство курсовой заключается в систематических консультациях с целью оказать студенту организационную и научно-методическую помощь, осуществлять контроль за выполнением работы в соответствии с графиком, проверку содержания и оформления завершенной работы.

При выполнении курсовой работы студент должен:

- собрать информацию по теме;
- изучить и проанализировать собранные материалы;

систематизировать и обобщить имеющуюся информацию; самостоятельно решить поставленные задачи;

– логически обосновать и сформулировать выводы, предложения и рекомендации.

Завершенная курсовая работа сдается на проверку руководителю работы не позднее, чем за пять дней до установленного срока (даты) защиты. Работа проверяется руководителем в течение 2-3 дней и возвращается студенту подписанной и допущенной к защите (с замечаниями или без). При незначительных замечаниях студентом вносятся исправления. Курсовая работа не допускается к защите в случаях непредставления работы на проверку в установленный срок, а также грубых нарушений по содержанию или требований к оформлению.

Защита курсовой работы носит публичный характер, включает доклад студента с презентацией слайдов на мультимедийном оборудовании (или бумажном носителе форматом А1) и ответы на вопросы по теме работы, задаваемые как руководителем работы, так и присутствующими на защите лицами (преподавателями – членами комиссии и слушателями - студентами).

В докладе студент за отведенное время (5-7 минут) должен осветить актуальность и значимость выбранной темы, цель и задачи работы, раскрыть сущность исследуемого вопроса и подвести итоги проведенной работы. Решение об оценке принимается комиссией с учетом объема и качества работы, степени раскрытия выбранной темы, соблюдения требований, предъявляемых к оформлению работы, уровня защиты работы и мнения преподавателя-руководителя.

1.2 Примерные темы курсовых работ

1. Особенности технологического процесса складирования товаров в магазине.
2. Потери товаров при хранении в магазине.
3. Организация подготовительных операций при продаже продовольственных товаров.
4. Рациональное размещение товаров в торговом зале магазина.
5. Организация материальной ответственности в магазине.
6. Совершенствование организации товароснабжения розничной торговой сети (торгового предприятия).
7. Организация формирования ассортимента товаров в магазине.
8. Организация оптовой продажи товаров и пути ее совершенствования.
9. Организация и технология складского технологического процесса и пути ее совершенствования.
10. Складское хозяйство оптового предприятия и пути его совершенствования.
11. Организация работы супермаркета и пути его совершенствования.
12. Рационализация системы товародвижения в сфере торговли с целью оптимизации торгового ассортимента и снижения товарных потерь.

1.3 Примерное содержание курсовой работы

1.3.1 Примерная структура курсовой работы предприятия оптовой торговли

Введение

1. Выбор типа склада в зависимости от выполняемых функций.
 2. Определение ассортимента хранимых товаров.
 3. Планировка склада
 - 3.1. Выбор складских помещений
 - 3.2. Определение емкости склада и потребности в складской площади.
 4. Расчет складских помещений
 - 4.1. Полезная площадь склада, необходимую для хранения
 - 4.2. Площадь экспедиций, фасовочной или упаковочной (при необходимости)
 - 4.3. Административно-бытовые помещения
 - 4.4. Общая площадь склада (сводная таблица)
 5. Организация складского технологического процесса на складе
 - 5.1. Организация приемки товаров на склад
 - 5.2. Технология размещения, укладки и хранения товаров.
 - 5.3. Организация и технология отпуска товаров со склада
 - 5.4. Структура аппарата склада и функции его работников
- Выводы
Библиографический список.
Графическая часть.

Графическая часть курсовой работы должна включать в себя план склада, который отражает схему размещения основных операционных зон склада. Особые требования предъявляются к внутренней планировке склада.

Для выполнения технологических операций по приемке, хранению, и отправке товаров покупателям на складах выделяются соответствующие зоны.

На общетоварных складах выделяются следующие основные зоны:

- ✓ разгрузки транспортных средств;

- ✓ приемки товаров по количеству и качеству;
- ✓ хранению;
- ✓ фасовке товаров;
- ✓ отборке и комплектования заказов покупателей;
- ✓ погрузке автомобильного транспорта.

Перечисленные операционные зоны склада должны быть связаны между собой необходимым количеством выездов, проездов и подъездов. Для того чтобы складское здание отвечало требованиям рациональной технологии выполняемых операций, оно должно иметь определенное соотношение длины и ширины. Наиболее оптимальными считаются соотношения 1:2; 1:2,5; 1:3; 1:5. Создание условий поточной организации технологического процесса предусматривает сведение к минимуму внутрискладских перегородок. С учетом этого требования в складских зданиях должно быть как можно меньше капитальных перегородок, чтобы по мере необходимости можно было без дополнительных затрат осуществить перепланировку склада.

В одноэтажных складских зданиях принимаются: шаг колонн - 6 и 12 м; длина пролета - 12, 18 и 24 м; высота складских помещений - не менее 6 м. Для удобства проведения погрузочно-разгрузочных работ вдоль складов устраивают ramпы, представляющие собой платформы шириной от 2,5 до 6 м. Их высота зависит от вида транспортных средств, в которых поступают или отправляются грузы. Над ramпами делаются козырьки для защиты грузов от атмосферных осадков. Двери складских помещений могут иметь различные размеры. Их ширина и высота в основном зависят от вида транспортных средств, применяемых для внутрискладского перемещения грузов. Таковы общие требования, которым в основном должно отвечать устройство общетоварных складов.

Устройство специальных складов должно быть подчинено рациональной организации технологического процесса по приемке, хранению и отпуску товаров, имеющих специфические физико-химические свойства. Например, при строительстве складов-холодильников используют различные изоляционные материалы. Такие склады имеют только искусственное освещение и оснащаются необходимыми холодильными установками. В современных складах-

холодильниках отводятся специальные помещения (камеры) для размораживания замороженных продуктов и хранения дефектных продуктов. При строительстве складов для хранения взрыво- пожароопасных веществ предусматривают максимальное расстояние между ними и другими складскими помещениями. Их устройство должно отвечать особым требованиям противопожарной безопасности. Устройство хранилищ для картофеля, овощей и фруктов должно обеспечивать условия дифференцированного гидротермического режима хранения товаров

Для естественного освещения складских помещений служат окна. В одноэтажных складах их размещают выше уровня стеллажей. Освещение складов должно соответствовать установленным нормам. В целях обеспечения противопожарной безопасности склада для хранения легковоспламеняющихся товаров (например, спичек) необходимо предусмотреть отдельное помещение с капитальными стенами, с дверями, выходящими только на автомобильную платформу. Устройство складов должно отвечать требованиям, предъявляемым к правилам их эксплуатации, соблюдению условий охраны труда и техники безопасности, а также противопожарной безопасности. Для выполнения этих требований склады оснащают вентиляционными устройствами и проводят центральное отопление. Водоснабжение должно обеспечивать потребность, как в питьевой воде, так и в воде для противопожарных и других нужд.

1.3.2 Примерная структура курсовой работы предприятия розничной торговли

Введение

1. Общая характеристика торгового предприятия.

1.1. Анализ месторасположения магазина.

1.2. Тип магазина и его специализация.

1.3. Организационно-правовая форма.

1.4. Формирование ассортимента.

2. Особенности устройства и технологическая планировка магазина.

- 2.1. Состав и взаимосвязь помещений магазина.
 - 2.2. Устройство и планировка торгового зала.
 - 2.3. Оформление интерьера магазина.
 3. Организация торгово-технологического процесса в магазине.
 - 3.1. Содержание торгово-технологического процесса.
 - 3.2. Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров в магазине.
 - 3.3. Организация и технология хранения и подготовки товаров к продаже.
 - 3.4. Размещение и выкладка товаров в торговом зале.
 - 3.5. Организация процесса продажи и обслуживания покупателей.
 - 3.6. Дополнительное обслуживание покупателей в магазине.
 4. Организация труда работников в магазине.
 - 4.1. Организационная структура.
 - 4.2. Функции и обязанности работников.
 - 4.3. Организация рабочего места.
 5. Фирменный стиль и организация рекламы.
- Заключение.
Библиографический список.
Приложения
Графическая часть

Графическая часть включает в себя план торгового зала или план магазина, торгово-технологический процесс выполненного в графических программах (редакторах) ПЭВМ и распечатана на бумажном носителе формата А1. Должны выполняться требования к внутренней планировке магазина.

Внутренняя планировка магазина - это размещение в плане отдельных помещений магазина в их взаимосвязи, а также расположение основного торгового оборудования. Широкое строительство магазинов самообслуживания, а также перевод действующих торговых предприятий на прогрессивные методы торговли требуют уже несколько иных, чем прежде, архитектурно-планировочных решений.

Планировка магазина самообслуживания должна обеспечить быстрое наполнение торгового зала товарами, так как при самообслуживании интенсивность продажи возрастает.

Внутренняя планировка магазина составляет основу той части проектной работы, которая называется технологическим проектированием. Планировка помещений магазина осуществляется с соблюдением следующих основных требований:

- торговый зал нужно располагать так, чтобы по окончании работы его можно было изолировать от других помещений магазина;

- торговый зал должен иметь ширину, достаточную для обеспечения нормального движения покупательских потоков, правильного размещения отделов, ширина проходов между оборудованием в торговом зале должна обеспечить покупателю удобство выбора в приобретении товаров. Нормы ширины проходов приведены в таблице 1;

- торговый зал и кладовые должны быть расположены на одном уровне;

- торговый зал необходимо связать с помещениями для подготовки товаров к продаже и помещениями для хранения товаров таким образом чтобы можно было обеспечить оперативное пополнение товарных запасов в торговом зале, используя самые короткие пути движения, но при этом товарные и покупательские потоки не должны пересекаться;

- торговый зал должен быть связан с помещениями для приемки товаров по возможности кратчайшим путем, что особенно важно при поступлении в магазин товаров в тареоборудовании;

- торговые залы, комплекточные, гладильные, мастерские, конторские помещения планируются с естественным освещением;

- помещения для хранения товаров должны быть непроходными, с максимально приближенными к ним помещениями для приемки и подготовки товаров к продаже;

- кладовые и помещения для подготовки товаров к продаже не разрешается размещать под уборными и душевыми;

- помещения для хранения тары, обменного фонда контейнеров, упаковочных материалов и инвентаря желательно располагать непосредственно у приемочной или разгрузочной рампы;

- пункт приема посуды от населения должен иметь отдельный вход и быть соединен с разгрузочной платформой для перегрузки стеклопосуды из кладовой на автотранспорт

- административно-бытовые помещения следует располагать так, чтобы к ним можно было подойти, минуя торговый зал и складские помещения

- административно-бытовые помещения должны быть связаны с торговыми помещениями, а также с помещениями для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже. В свою очередь, между помещениями этой группы должна быть обеспечена должная взаимосвязь. Например, необходимо планировочное объединение помещений для отдыха и буфета. Гардеробные помещения, санузлы, моечные должны быть связаны со всеми группами помещений магазина.

- при проектировании магазина принимают размер строительного квадрата 6×6 м.;

- несущие опоры, колонны проектируются по линии оборудования, в противном случае они создают затруднения при движении покупательских и товарных потоков. В торговом зале недопустимы ниши, выступы.

Таблица 1 – Ширина проходов между оборудованием в торговых залах магазинов (ГОСТ Р 51773 – 2001)

Расположение проходов	Ширина, м, не менее
Между прилавками для хранения личных вещей покупателей и стеной (проход для покупателей в торговый зал)	1,7
Между параллельно расположенными островными горками*	1,4
Между островными горками и пристенным охлаждаемым оборудованием	1,6
Между кассовыми кабинами или прилавками обслуживания и установленными параллельно им горками*	2,0
Между кабинами контролеров - кассиров	0,6
Между кассовыми кабинами и торцами островных горок	2,0
Между прилавком и оборудованием за прилавком	0,9
Между прилавками	2.8
Между прилавками и стеной	1,2
* При доставке в торговый зал с использованием торгового – транспортного оборудования ширина проходов должна быть не менее	

Расположение проходов	Ширина, м, не менее
2,2 м.	

При выборе варианта проекта магазина следует руководствоваться видом и типом предприятия розничной торговли, размером его торговой площади, ассортиментом продаваемых товаров и формой торгового обслуживания магазина, так как состав и размеры помещений зависят от типа магазина и его общей площади. Основные признаки, характеризующие тип предприятия розничной торговли определенного вида, приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Основные признаки характеризующие тип предприятия розничной торговли (ГОСТ Р 51773 – 2001)

вариант	Предприятие розничной торговли		Торговая площадь, м ² , не менее	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания
	вид	тип			
1	2	3	4	5	6
1	Универсальный магазин	Гипермаркет	5000	Универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров	Преимущественно самообслуживание
2		Мини-склад	650	Универсальный ассортимент продовольственных и (или) непродовольственных товаров	Самообслуживание, продажа товара в торговом зале преимущественно из транспортной тары
3		Универсам (супермаркет)	400	Универсальный ассортимент продовольственных товаров широкий ассортимент непродовольственных товаров частного спроса	Преимущественно самообслуживание

вариант	Предприятие розничной торговли		Торговая площадь, м ² , не менее	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания
	вид	тип			
1	2	3	4	5	6
4		Гастроном	400	Универсальный ассортимент продовольственных товаров с преобладанием в нем гастрономии	Индивидуальное обслуживание через прилавков
5		Товары повседневного спроса	100	Продовольственные и непродовольственные товары частного спроса	Преимущественно самообслуживание
6	Специализированный продовольственный магазин	Рыба, мясо, колбасы, минеральные воды и т.п.	18	В соответствии со специализацией магазина	Самообслуживание. Индивидуальное обслуживание через прилавков
7	Неспециализированный продовольственный магазин	Продукты (минимаркет) и т.п.	18	Узкий ассортимент продовольственных товаров, основные из которых хлеб, кондитерские товары, гастрономия, вино-водочные изделия, пиво. безалкогольные напитки	Индивидуальное обслуживание через прилавков
8		Все для дома Магазины с комбинированным ассортиментом товаров	650	Товарные комплексы соответствующей специализации	Самообслуживание, по образцам, по каталогам, индивидуальное обслуживание через прилавков и др

вариант	Предприятие розничной торговли		Торговая площадь, м ² , не менее	Ассортимент товаров	Формы торгового обслуживания
	вид	тип			
1	2	3	4	5	6
9	Магазины со смешанным ассортиментом товаров		18	Узкий ассортимент продовольственных товаров, не связанных общностью спроса	Индивидуальное обслуживание через прилавки

1.4 Анализ месторасположения торгового предприятия

При выборе месторасположения проектируемого торгового предприятия необходимо проанализировать все возможные варианты с целью подбора наиболее выгодного места для размещения магазина.

При описании месторасположения торгового предприятия необходимо представить схему дорог вокруг торговой точки (план-схему, картосхему). Дать общую характеристику участку:

1. Адрес.

2. Торговая точка: городского значения, местного значения.

3. Расположена поблизости с основными транспортными магистралями; главная улица с оживленным движением транспорта; престижный район, удобный для пешеходов, характеризующийся большим количеством торговых точек; в составе торговых центров; промышленный район; жилой район; деловой центр; другое.

4. Расположение вблизи организаций и учреждений общегородского или районного пользования (указать наличие учреждений городского значения: театр, стадион, административные здания и т.д.).

При анализе месторасположения проектируемого торгового предприятия необходимо учитывать критерии, представленные в таблице 3.

Таблица 3 - Критерии оценки розничного торгового предприятия

Критерии оценки	Описание
1. Близость расположения к целевому сегменту рынка	
2. Наличие поблизости барьеров:	

Критерии оценки	Описание
искусственных (железные дороги, трамвайные пути, крупные шоссе, парки, канавы, ямы, мосты), - естественных (реки, горы, крутые подъемы)	
3. Дорожные условия (качество и возраст дорог, количество полос для движения, светофоров, частота дорожных пробок)	
4. Интенсивность дорожного движения: высокая, средняя, низкая	
5. Парковка для автомобилей: количество парковочных мест; качество (организованные / стихийные; наземные / подземные; открытые / закрытые; платные/бесплатные)	
6. Въезд/выезд с парковки: простота, безопасность	
7. Интенсивность движения пешеходов: высокая, средняя, низкая	
8. Какая часть пешеходов посещает магазин: значительная, незначительная, средний показатель	
9. Наличие остановок общественного транспорта (автобус, троллейбус, такси), удаленность от торговой точки	
10. Тротуары: наличие, качество, ширина	
11. Пешеходные переходы: количество, качество (организованные/стихийные; регулируемые/не регулируемые; наземные/подземные)	
12. Видимость торговой точки: насколько хорошо видно место расположения, наличие препятствий, ухудшающих обзор, рекламно-информационные материалы, указывающие на место расположения	
13. Окружающая обстановка: наличие рядом пустующих магазинов и зданий (или строящихся объектов), наличие запахов, не соответствующих продаваемым в торговой точке товарам (например, размещение карамельного цеха кондитерской фабрики и магазинов духов; размещение булочной и китайской кухни и др.); сторона улицы, на которой расположена торговая точка (солнечная, теневая); защищенность от ветра (отдельно стоящая торговая точка, окружена другими зданиями и сооружениями).	
14. Характеристика торговых предприятий, находящихся рядом: часы работы предприятий; способствуют ли окружающие торговые точки расширению торговли (например, торгуют дополняющими товарами или наоборот, конкурируют ли	

Критерии оценки	Описание
они за одних и тех же покупателей, соответствуют ли имиджу анализируемой торговой точки: соответствуют, не противоречат, не соответствуют (например, ювелирный магазин и мясная лавка).	
15. Соответствие архитектуры и рекламно-информационных материалов анализируемого предприятия окружающей обстановке (например, если магазин расположен в исторической части города или палатка/ларек на «красной линии»)	

В тексте курсовой работы необходимо на карте населенного пункта указать место расположения проектируемого торгового предприятия. Пример расположения магазина представлен на рисунке 1.

1.5 Определение границ зон тяготения торгового предприятия по минутам пешего хода

При проектировании розничного торгового предприятия местного значения, т.е. торгового предприятия, обслуживающего в основном население, проживающее в радиусе пешеходной доступности, необходимо определить зоны тяготения будущего магазина.

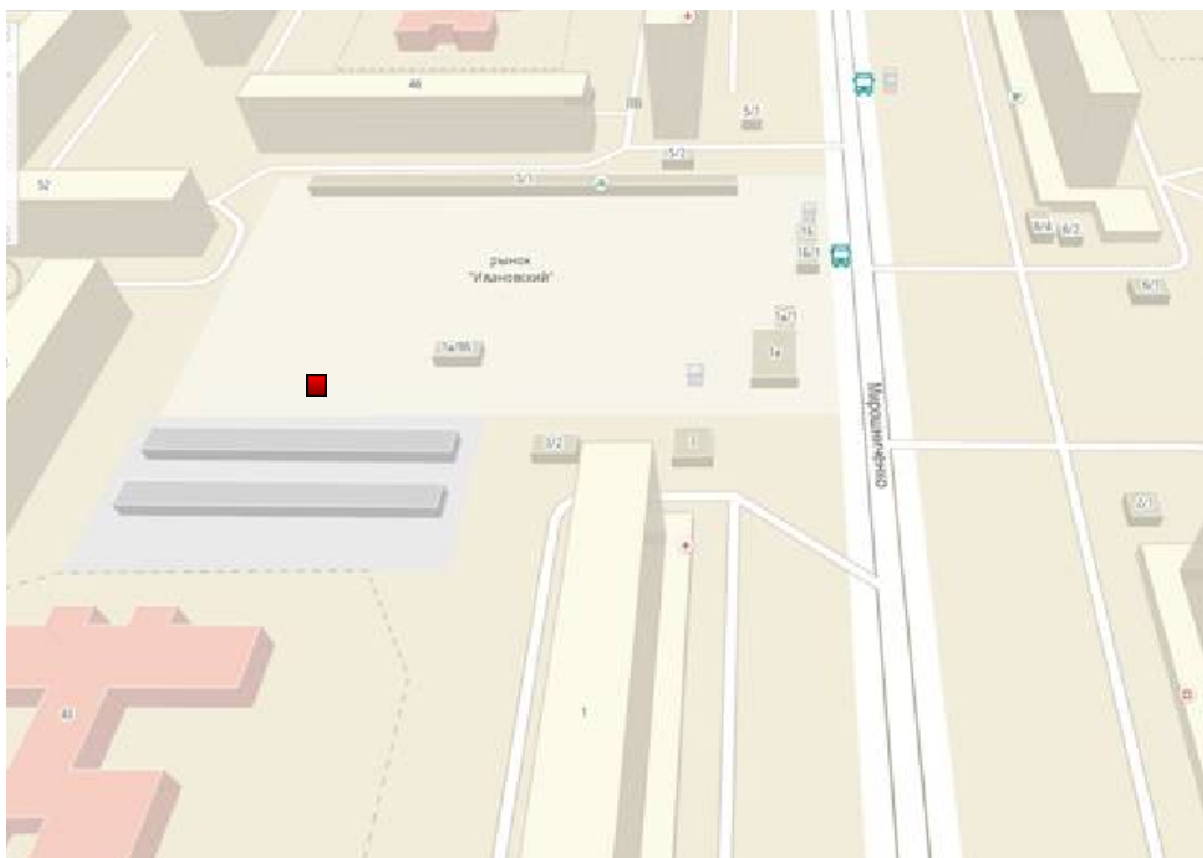


Рисунок 1 - Схема размещения магазина на карте г. Красноярска (другого населенного пункта)

Отталкиваясь от места его размещения, нанести на карту города необходимо зоны, соответствующие минутам пешего хода.

Известно, что человек в минуту проходит около 80 м, наибольшая доля покупателей (80%) живет в пяти минутах ходьбы от магазина, т.е. на расстоянии 400 м. Остальная доля покупателей, которые живут на расстоянии 800 м., т.е. в 10 минутах ходьбы от торгового предприятия, также может посетить данный магазин. Рассмотрим расчет потенциальных покупателей на примере.

В городе с населением 150000 жителей находится продовольственный магазин с торговой площадью 400 м². Большая доля покупателей находится в 400-метровой зоне, а 20-30% - в 800-метровой зоне, поэтому необходимо исследовать эти зоны с точки зрения плотности населения и других факторов.

Анализ зон показал, что в радиусе 400 м от магазина проживает около 2000 человек, в 800 м - 2500 человек.

Население составляют преимущественно рабочие со средним и низким уровнем доходов. Магазин расположен в жилом районе, вне зон тяготения к центру города. Поскольку магазин находится рядом с остановкой троллейбуса, можно рассчитывать на частое посещение магазина прохожими. Конкуренцию составляют универсам, продуктовый магазин и три более мелких специализированных магазина.

Общее число потенциальных покупателей представлено в таблице 4.

Таблица 4 - Число потенциальных покупателей розничной торговой точки

Зоны (по минутам пешего хода), мин	Число жителей, чел	Доля покупателей, %	Потенциальные покупатели, чел.
1 - 5	2000	80	1600
2 - 10	2500	20	500
Всего	4500	100	2100

Таким образом, в зоне тяготения к исследуемому предприятию проживает 4500 человек и 2100 человек являются потенциальными покупателями.

1.6. Оценка потенциала торгового участка по числу проходящих мимо пешеходов и проезжающих автомобилей

Для определения потенциала торгового участка рекомендуется осуществлять исследования в непосредственной близости к участку. С этой целью проводят опрос респондентов - по 30-40 человек, три раза, в различное время (в зависимости от режима работы торгового предприятия). Подсчеты покупателей должны проводиться в тех же самых местах и в течение одинакового периода. Оптимальным считается период подсчета от 5 до 10 минут. Условия, которые могут повлиять на результаты подсчета (дождь, более холодная или жаркая, чем обычно, погода) необходимо отмечать. Затем результаты каждого подсчета покупателей используются для оценки общего количества людей, проходящих мимо участка.

Подсчет производится следующим образом: если с 10 часов до 10 часов 5 минут мимо торгового участка прошли 50

человек, то можно предположить, что между 10 и 11 часами за 60 минут прошли 600 человек, т.е.:

$$C_{\text{общ}} = \frac{B}{P_{\text{подсч}}} \times C_{\text{пеш}} = \frac{60}{5} \times 50 = 600 \text{ чел}, \quad (1)$$

где $C_{\text{общ}}$ - общее число пешеходов проходящих мимо торгового участка за определенный период времени, чел.;

B - расчетный период времени, мин.;

$P_{\text{подсч}}$ - период подсчета, мин.;

$C_{\text{пеш}}$ - число пешеходов прошедших мимо участка в течение периода подсчета, чел.

Процент потенциальных покупателей от общего количества пешеходов определяется в результате опроса или наблюдения, путем определения процента пешеходов, соответствующих целевой группе (таблица 5).

Таблица 5 - Определение потенциальных покупателей торгового участка

№ периода	Время, час.	Установлен ное количество прохожих, чел.	Доля потенци- альных покупа- телей, %	Результаты опроса, чел.
1	- 10.00	300	3	39
	10.00 - 11.00	600		
	11.00 - 12.00	400		
	Итого	1300		
2	12.00 - 13.00	650	2	20
	13.00 - 14.00	350		
	Итого	1000		
3	14.00 - 15.00	700	4	55
	15.00 - 16.00	380		
	16.00 - 17.00	300		
	Итого	1380		

Таким образом, общее количество потенциальных покупателей за день в часы работы магазина составило 114 человек. Если известны показатели средних потребительских расходов, то можно определить потенциал сбыта магазина.

Аналогичные подсчеты проводятся для покупателей, проезжающих на машинах, потенциальными покупателями в данном случае можно считать тех, кто останавливается на

данном участке. Суммирование потенциальных покупателей, проходящих мимо и проезжающих на автомобилях, позволит судить об общем количестве потенциальных покупателей. Так как в течение торговой недели результаты подсчета могут существенно отличаться, то желательно проводить исследование в течение всей недели, а затем полученные результаты усреднить.

1.7. Особенности устройства и технологическая планировка магазина

Определение состава помещений продовольственных магазинов, а также расчет удельных показателей минимальной площади групп неторговых помещений осуществляются согласно строительным нормам и правилам. Строительные нормы и правила вводят определенную классификацию основных типов магазинов, которые указаны в таблице 6.

Таблица 6 - Классификация основных типов продовольственных магазинов согласно строительным нормам и правилам (ТСН 31-329-2004)

Общая характеристика предприятия	Классификационная группа	Типы магазинов с одинаковым соотношением торговых и неторговых площадей
Магазины с универсальным ассортиментом	I П	Универсам (супермаркет), Гастроном, «Диетические продукты», «Продукты»
Специализированные магазины с широким ассортиментом	II П	Хлеб, кондитерские
	III П	Рыба, мясо
	IV П	Овощи-фрукты
Специализированные магазины с узким или ограниченным ассортиментом	V П	Минипродукты (минимаркет), Соки-джемы, Напитки

В соответствии с данной таблицей в зависимости от выбранного типа проектируемого торгового предприятия

следует установить классификационную группу, необходимую для определения состава помещений торгового предприятия и размеров площадей помещений неторговых групп. Состав помещений продовольственных магазинов представлен в таблице 7.

Таблица 7 -Состав помещений продовольственных магазинов

Помещения	Классификационные группы предприятий				
	I П	II П	III П	IV П	V П
Торговые помещения					
Торговые залы.	*	*	*	*	*
Помещения или площади в торговых залах для дополнительного обслуживания (отдел заказов)	+	+	+	+	+
Помещения для приема и хранения товаров и подготовки товаров к продаже					
Помещения хранения товаров, в т.ч.	*	*	*	*	*
Охлаждаемые камеры	*	+			+
Приемочная	*	*	*	*	*
Подсобные помещения					
Хранение контейнеров обменного фонда, тары	*	*	*	*	*
Хранение упаковочных материалов, инвентаря, спецодежды, бельевая	*	*	*	*	*
Хранение уборочного инвентаря, моющих средств	*	*	*	*	*
Моечная (или моечные ванны в помещениях подготовки товаров)	+	+	+	+	+
Охлаждаемая камера пищевых отходов	+			+	+
Подсобные помещения для дополнительного обслуживания	*				
Подсобные помещения для питания персонала					
Служебные и бытовые помещения					
Канторские помещения					
Комната персонала	*	*	*	*	*
Предприятие питания для персонала	+	+	+	+	+
Помещение для приема пищи	*				
Главная касса		*	*	*	*
Помещение охраны	+	+	+	+	+

Помещения	Классификационные группы предприятий				
	I П	II П	III П	IV П	V П
Опорный пункт АСУ	+	+	+	+	+
Гардеробные	+	+	+		
Туалеты для персонала	*	*	*	*	*
Душевые	*	*	*	*	*
Помещение профилактория (при размещении магазина в подземном этаже)	*	*	*	*	*

Примечания:

1. Помещения, отмеченные знаком «*» - обязательные; «+» - рекомендуемые.
2. Для магазинов групп II П и V П охлаждаемые камеры являются обязательными при наличии в ассортименте кремокондитерских изделий.

Удельные показатели минимальной площади неторговых помещений продовольственных магазинов представлены в таблицах 8-9.

Таблица 8 - Удельные показатели минимальной площади неторговых помещений продовольственных магазинов классификационных групп I П, II П

Характеристика группы помещений	Удельные показатели минимальной площади неторговых помещений магазинов классификационных групп, м ²					
	I П				II П	
	На 10 м ² торговой площади 400 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² торговой площади свыше 400 м ²	На 10 м ² торговой площади и 1000 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² торговой площади свыше 1000 м ²	На 10 м ² торговой площади 250 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² площади свыше 250 м ²
Приема хранения и подготовки товаров к продаже	3,0	2,0	2,8	2,2	2,0	1,5
Подсобных	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7	0,5
Служебно-бытовых	1,1	0,6	1,1	0,7	0,9	0,5

Характеристика группы помещений	Удельные показатели минимальной площади неторговых помещений магазинов классификационных групп, м ²					
	I П				II П	
	На 10 м ² торговой площади 400 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² торговой площади свыше 400 м ²	На 10 м ² торговой площади и 1000 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² торговой площади свыше 1000 м ²	На 10 м ² торговой площади 250 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² площади свыше 250 м ²
ИТОГО	5,0	3,4	4,7	3,6	3,6	2,5

Таблица 9 - Удельные показатели минимальной площади неторговых помещений продовольственных магазинов классификационных групп III П, IV П, V П

Характеристика группы помещений	Удельные показатели минимальной площади неторговых помещений магазинов классификационных групп, м ²					
	III П		IV П		V П	
	На 10 м ² торговой площади 250 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² площади и свыше 250 м ²	На 10 м ² торговой площади 250 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² площади свыше 250 м ²	На 10 м ² торговой площади 250 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² площади свыше 250 м ²
Приема хранения и подготовки товаров к продаже	2,5	1,8	2,2	1,8	1,8	1,3
Подсобных	0,9	0,6	1,0	0,7	1,0	0,7
Служебно-	1,0	0,6	1,0	0,6	0,8	0,6

БЫТОВЫХ						
ИТОГО	4,4	3,0	4,2	3,1	3,6	2,6

При осуществлении планировки магазина необходимо соблюдать следующие основные требования:

- разгрузочные (платформы или помещения) должны примыкать к помещениям для приемки товаров;

- помещения для приемки следует располагать так, чтобы обеспечивались кратчайшие связи между ними и помещениями для хранения товаров, а также торговыми залами;

- помещения для хранения товаров не должны быть проходными, их размещают в непосредственной близости от помещений для подготовки товаров к продаже;

- помещения для хранения товаров и подготовки их к продаже должны быть непосредственно связаны с соответствующими отделами торговых залов и располагаться на одном уровне;

- служебно-бытовые помещения размещают таким образом, чтобы обеспечивалась кратчайшая связь между ними и другими неторговыми помещениями;

- взаимное расположение служебных и бытовых помещений определяется их функцией (должна быть связь между помещениями для отдыха и приема пищи);

- помещения, входящие в одну функциональную группу, следует по возможности объединять.

На рисунке 2 представлен пример планировки помещений розничного торгового предприятия, работающего по методу самообслуживания.

Основные требования, предъявляемые к устройству и планировке торгового зала:

- создание наилучших условий для перемещения товаров из помещений для их хранения и подготовки к продаже, к местам выкладки и размещения;

- эффективное использование площади торгового зала при размещении торгового оборудования;

- обеспечение свободного движения потоков покупателей;

- рациональная организация расчетных операций;

- обеспечение эффективного зонирования - распределения мест для различных товарных категорий, с тем чтобы обеспечить их максимальную экономическую эффективность;
- создание эмоционально комфортной для покупателей обстановки, способствующей повышению числа покупок.

При выборе формы и размеров торгового зала необходимо учитывать, что оптимальные условия для организации продажи товаров обеспечиваются в торговых залах прямоугольной формы с соотношением сторон от 1:1 до 1:3. Это не только способствует соблюдению требований рациональной организации торгово-технологических операций, выполняемых в магазине, но и предоставляет покупателям возможность хорошо ориентироваться в размещении товарных групп и совершать покупки в минимальные сроки, создает условия для их комфортного пребывания в магазине.

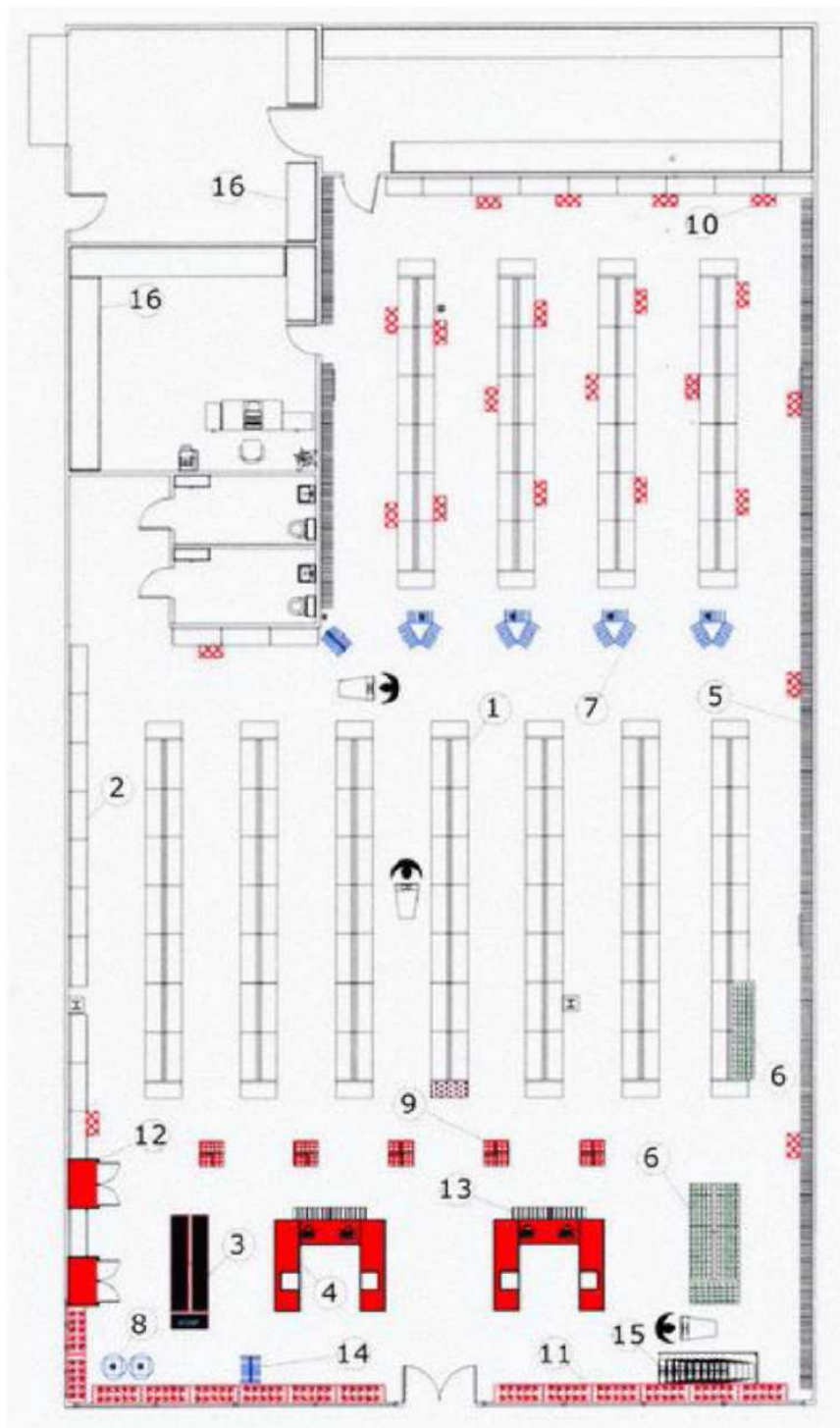


Рисунок 2 – Планировочное решение торгового предприятия, работающего по методу самообслуживания: 1 - главные торговые ряды; 2 - настенные полки; 3 - стенды; 4 - кассовые стойки; 5 - стенка-решетка; 6 - полки для карточек; 7 - решетчатые колонны; 8- стеклянные вертушка; 9 -4 - сторонний решетчатый дисплей; 10 - корзина из проволоки; 11 - оконные дисплеи; 12 -охладитель напитков; 13 - сигнальная стойка; 14 - решетчатый дисплей; 15 - тележки; 16-складские полки.

Размещение входа в магазин и выхода из него по центру торгового зала применяют в магазинах, продажа товаров в которых происходит через прилавков обслуживания. Это позволяет рассредоточить покупателей по всей площади зала.

В магазинах самообслуживания вход и выход совмещены и расположены, как правило, у правого угла фасада здания, чтобы поток покупателей был направлен против часовой стрелки.

При проектировании магазинов применяют следующие виды технологической планировки торгового зала: линейная (решетка); боксовая (трек, петля); выставочная; островная; свободная (произвольная); смешанная.

Линейная планировка (решетка) торгового зала предполагает схемы размещения товаров и проходов для покупателей в виде параллельных линий. Соответственно выстраиваются и линии торгового оборудования. При этом линия узла расчета располагается перпендикулярно. Такая планировка используется в магазинах самообслуживания. На рисунках 3 -5 представлены виды линейной планировки торгового зала.

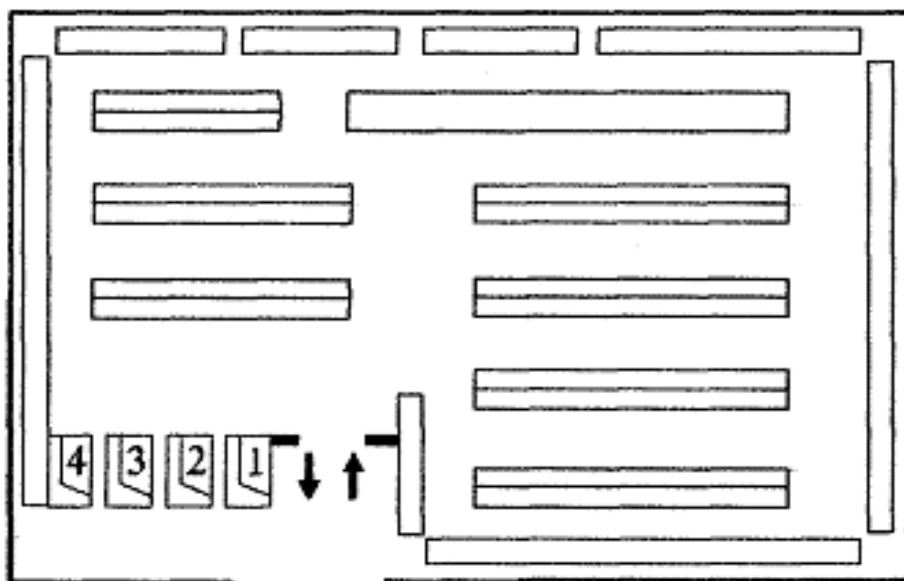


Рисунок 3 - Технологическая планировка торгового зала - «Решетка» с линейным продольным размещением оборудования

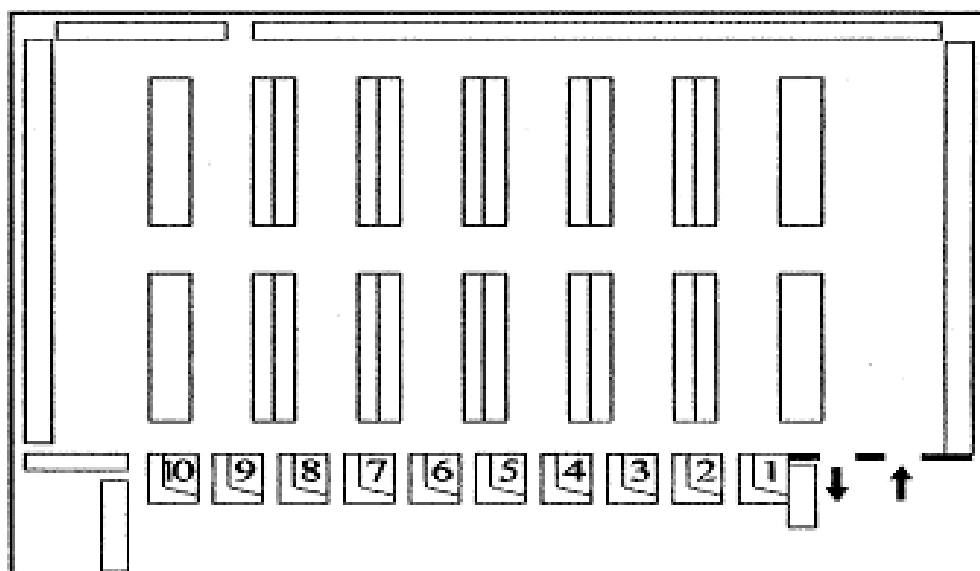


Рисунок 4- Технологическая планировка торгового зала «Решетка» с линейным поперечным размещением оборудования

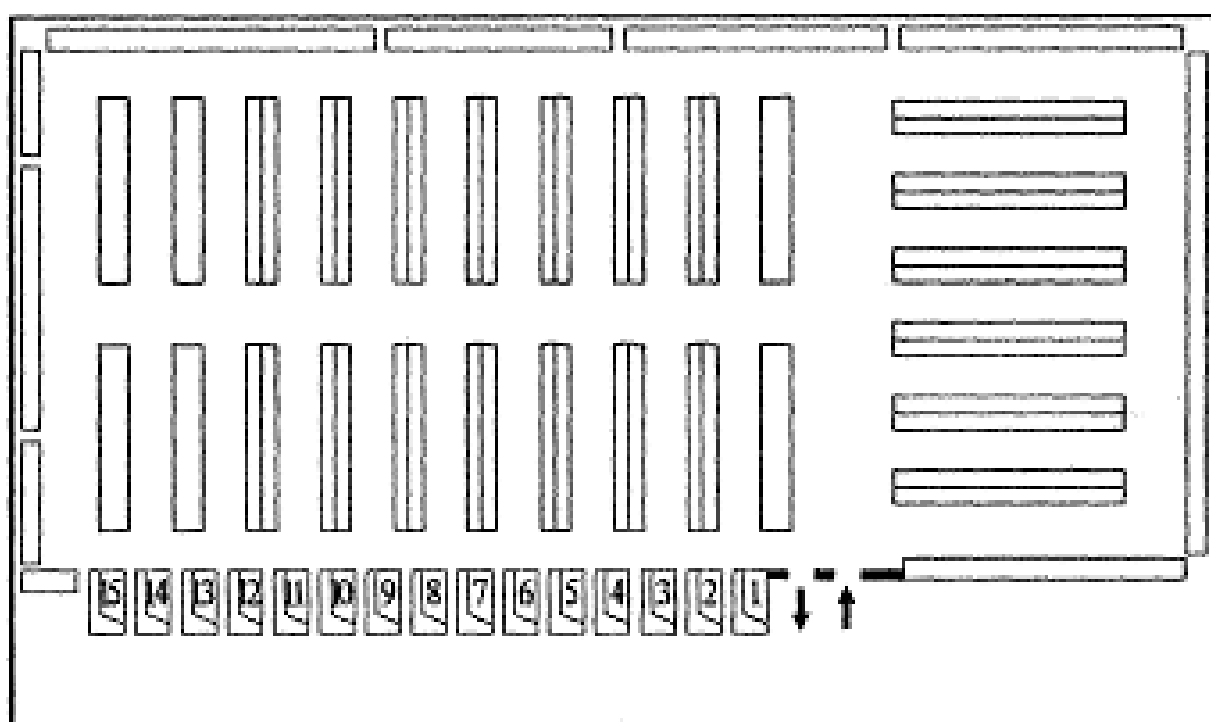


Рисунок 5 - Технологическая планировка торгового зала «Решетка» со смешанным линейным размещением оборудования

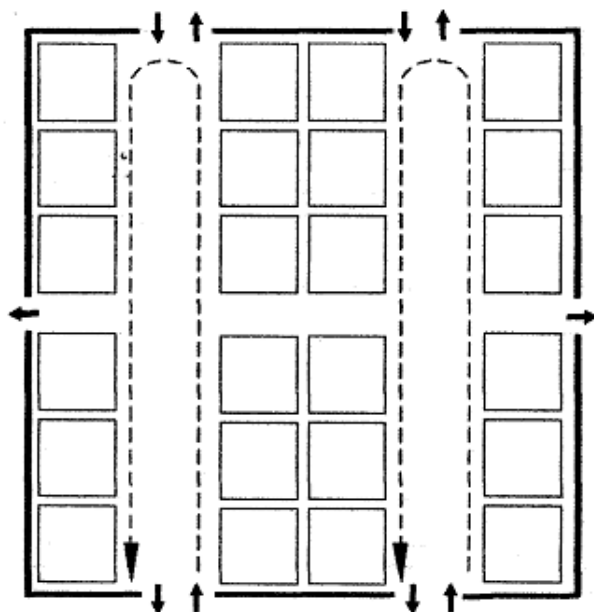


Рисунок 6 - Технологическая планировка торгового зала - «Трек» или «петля» (боксовая)

Боксовая планировка разбивает торговый зал на изолированные друг от друга секции. Торговое оборудование размещается так, что образует своего рода петлю, направляя посетителей по нужному маршруту и заставляя их обойти весь магазин.

По такому принципу организованы крупные торговые комплексы и мебельные центры. На рисунке 6 представлена боксовая планировка торгового зала.

Островная планировка предусматривает размещение оборудования в центре торгового зала магазина в виде отдельных островков, имеющих круглую, овальную или прямоугольную форму. Островное оборудование устанавливается параллельно покупательским потокам. Преимуществом такой планировки является большая протяженность фронта оборудования. Однако в этом случае затруднена доставка товаров к местам выкладки.

Смешанная планировка торгового зала сочетает в себе различные виды планировок. На рисунке 7 представлен такой вид планировки торгового зала.

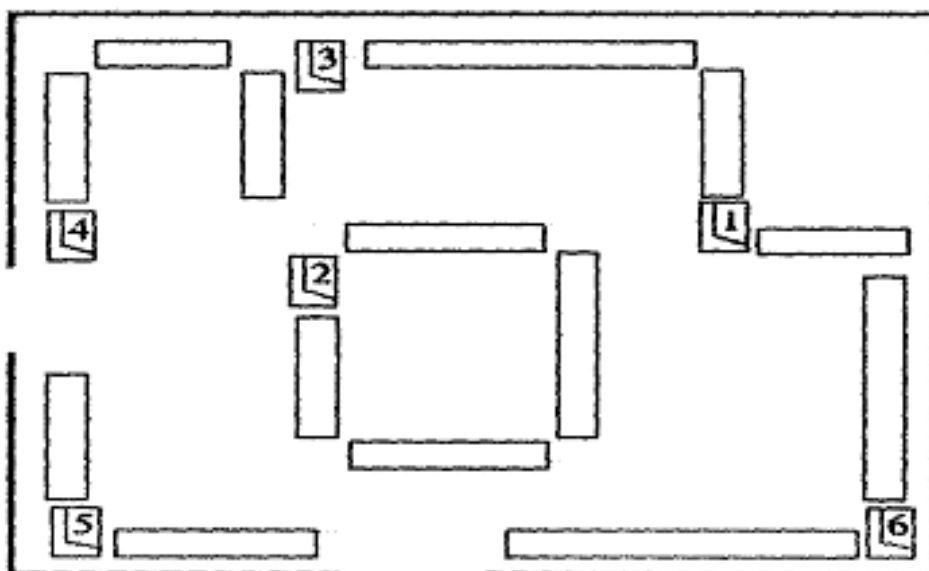


Рисунок 7 - Технологическая планировка торгового зала - «Смешанная»

Указать группы товаров, размещаемые на той или иной линии, боксе.

При планировании магазина нужно задействовать следующие точки торгового зала: вход, главная витрина (товары повседневного постоянного спроса) и кассу. Эти точки образуют вершины «золотого треугольника», и чем больше пространства оказывается внутри треугольника, тем выше объем продаж в магазине.

2 Требования к оформлению курсовой работы

2.1 Оформление расчетно-пояснительной записки

Общие требования. Студенту при выполнении курсовой работы необходимо соблюдать требования государственных стандартов к представлению текстового материала (ГОСТ 2.105-95 «Общие требования к текстовым документам»), иллюстраций, таблиц и формул (ГОСТ 7.32-2001 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления. Издание официальное. Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации». – Минск, 17 с.), а также составлению списка использованных источников (ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления», ГОСТ 7.82-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления») и библиографических ссылок на источники информации (ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»).

При наборе текста на компьютере:

- шрифт должен быть Times New Roman
- размер шрифта основного текста – 14 пт;
- размер шрифта сносок, таблиц, приложений – 12пт;
- файл должен быть подготовлен в текстовом редакторе Word из пакета Microsoft Office 2007, при этом должны быть установлены следующие параметры документа (Файл / Параметры / Поля):

- верхнее поле – 2,0 см;
- нижнее поле – 2,0 см;
- левое поле - 3,0 см;
- Правое поле - 1,5 см;
- межстрочный интервал (Формат/Абзац) – полуторный;
- формат страницы (Файл / Параметры страницы / Размер бумаги) - А4.

Страницы текста нумеруются, начиная с титульного листа. На титульном листе номер страницы не проставляется. Нумерация страниц должна быть арабскими цифрами, сквозной по всему тексту. **Номер** страницы проставляют в

центре нижней части листа без точки. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию.

Текст отчета должен быть кратким, четким и не допускать различных толкований. Если в тексте принята особая система сокращений слов и наименований, то перечень таких сокращений приводится в конце текста.

Наименования и обозначения в тексте и на иллюстрациях должны совпадать. При первом упоминании в тексте наименования организации, документа или какого-либо предмета, имеющих сокращенную обозначения (аббревиатуру), это наименование приводится полностью, а в скобках – его аббревиатура.

Единица физической величины одного и того параметра должна быть одинаковой в пределах всего текста, Если оборот розничной торговли организации в начале текста оценивался в миллионах рублей (более 40 млн. руб.), то в другой части текста этот показатель должен оцениваться в тех же единицах.

При указании пределов изменения величины ставится многоточие (50 ... 70 млрд. руб.), Если изменение происходит в пределах от отрицательной величины до положительной величины, то применяются предлоги «от» и «до», например, температура воздуха изменится от минус 1 до плюс 5 °С.

Для изложения содержания и логической последовательности заданий отчета целесообразно употреблять конструкции неопределенно-личных отношений (например, Для исследования спроса вначале определяют необходимую численность выборки ...); форму изложения от третьего лица (например, Автор полагает ...); предложения со страдательным причастием (например, Получен доход ...). Подобные конструкции избавляют от необходимости вводить в текст работы личные местоимения («я», «мы») и выражения авторства.

Иллюстрации.

Иллюстрации (графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

Иллюстрации могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в отчете.

Иллюстрации, за исключением иллюстрации приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией.

Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1». Слово «рисунок» и его наименование располагают посередине строки. Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например, Рисунок 1.1. Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Например, Рисунок А.3. При ссылках на иллюстрации следует писать «... в соответствии с рисунком 2» при сквозной нумерации и «... в соответствии с рисунком 1.2» при нумерации в пределах раздела.

Таблицы.

Составление таблиц необходимо для оформления цифрового или текстового материала с целью сопоставления, анализа данных и вывода определенных закономерностей или особенностей развития объекта исследования.

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы, при его наличии, должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире. При переносе части таблицы название помещают только над первой частью таблицы, нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую таблицу, не проводят. Таблицу следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны быть ссылки в отчете. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица» и номер ее указывают один раз справа над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» и указывают

номер таблицы, например: «Продолжение таблицы 1». При переносе таблицы на другой лист (страницу) заголовок помещают только над ее первой частью.

Таблицу с большим количеством граф допускается делить на части и помещать одну часть под другой в пределах одной страницы. Если строки и графы таблицы выходят за формат страницы, то в первом случае в каждой части таблицы повторяется головка, во втором случае — боковик.

Если повторяющийся в разных строках графы таблицы текст состоит из одного слова, то его после первого написания допускается заменять кавычками; если из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словами «То же», а далее — кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр, марок, знаков, математических и химических символов не допускается. Если цифровые или иные данные в какой-либо строке таблицы не приводят, то в ней ставят прочерк.

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Пример оформления таблицы приведен на рисунке 8.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией.

Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой.

Таблицы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения.

Если в документе одна таблица, то она должна быть обозначена «Таблица 1» или «Таблица В. 1», если она приведена в приложении В.

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф — со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят.

Формулы и уравнения

Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной

строки. Если уравнение не уместится в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (x), деления (:), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак «X».

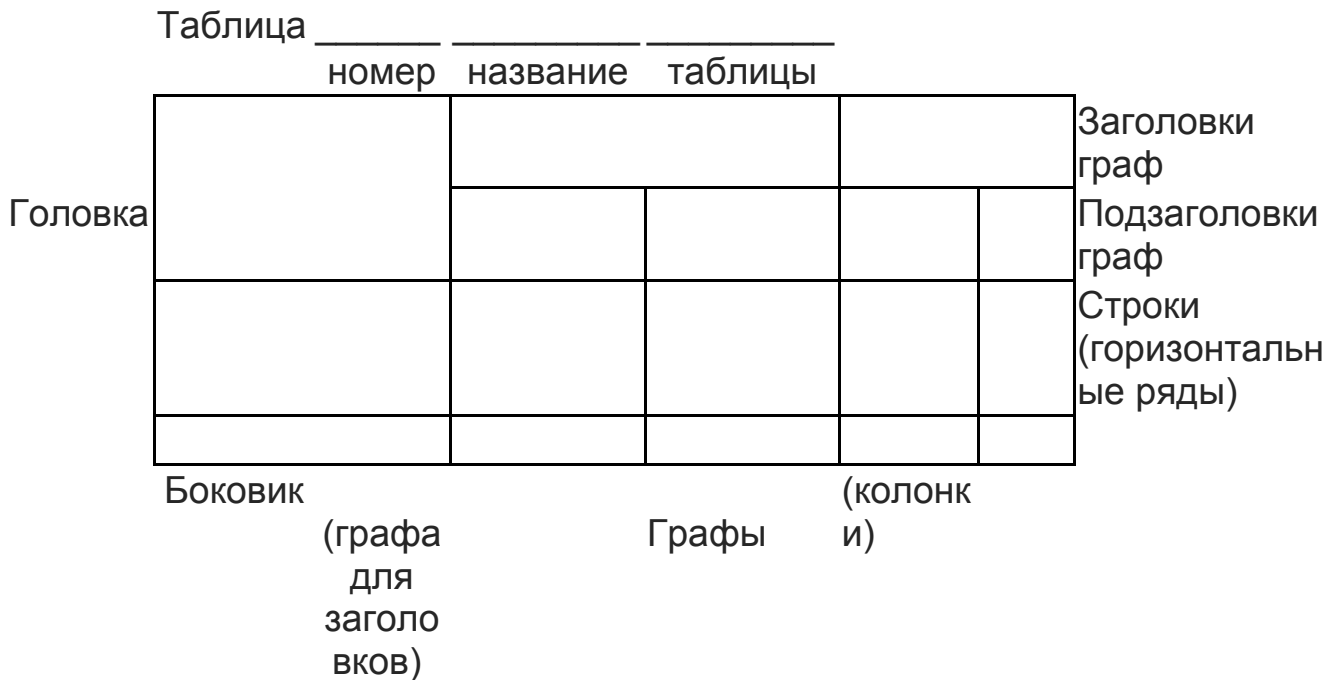


Рисунок 8 – Пример оформления таблицы

Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле.

Формулы в отчете следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всего отчета арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке.

Пример $A=a:b,$ (1)
 $B=c:e.$ (2)

Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. Пример —... в формуле (1).

Допускается нумерация формул в пределах раздела. В этом случае номер формулы состоит из номера раздела и порядкового номера формулы, разделенных точкой, например (3.1).

Порядок изложения в отчете математических уравнений такой же, как и формул.

В отчете допускается выполнение формул и уравнений рукописным способом черными чернилами.

В тексте отчета представляют расчеты показателей. Порядок изложения расчетов определяется характером рассчитываемых величин. Расчеты в общем случае должны содержать:

- а) описание предмета расчета;
- б) формулировку задачи (словесную или математическую) с указанием того, что требуется определить в результате расчета;
- в) исходные данные для расчета;
- д) расчет;
- г) выводы по результатам расчетов.

Ссылки

При ссылке на работы из библиографического списка порядковые номера записываются арабскими цифрами в прямоугольных скобках. Например: «Результаты исследований опубликованы в статье [23]. При необходимости могут быть точно указаны страницы источника, например: [10, с.17]. Не рекомендуется строить предложения, в которых в качестве слов применяется порядковый номер ссылки, например: «В [7] показано ...».

Цитирование автора делается только по его произведению. Когда источник недоступен, разрешается воспользоваться цитатой автора, опубликованной в каком-либо издании, предваряя библиографическую ссылку на источник словами «Цитируется по».

Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в первоисточнике. Цитата может начинаться с прописной буквы, если цитируемый текст идет после точки, или со строчной буквы, если цитата вводится в середину авторского предложения не полностью (опущены первые слова), при этом после открывающих кавычек ставят отточие.

Использование работ других авторов осуществляется с обязательным указанием всех выходных данных задействованных работ (фамилия и инициалы автора,

название работы, год и место издания, страница, с которой заимствован текст).

Приложения

Приложение оформляют как продолжение отчета на последующих его листах или выпускают в виде самостоятельного документа.

В тексте документа на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте документа.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение», его обозначения и степени. 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, И, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «Приложение» следует буква, обозначающая его последовательность.

В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами.

Если в документе одно приложение, оно обозначается «Приложение А».

Приложения должны иметь общую с остальной частью документа сквозную нумерацию страниц. При необходимости такое приложение может иметь «Содержание».

Список использованных источников

Сведения об источниках оформляют в соответствии с ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления и ГОСТ 7.82-2001 Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления.

Список помещается после выводов и предложений и содержит библиографическое описание использованных источников, на которые делались ссылки по тексту. Сведения об источниках следует располагать в порядке появления

ссылок на источники в тексте отчета и нумеровать арабскими цифрами без точки и печатать с абзацного отступа.

Литературу на иностранных языках рекомендуется приводить в конце списка, затем электронные ресурсы.

В списке использованных источников после фамилии и инициалов автора, заглавия книги и статьи ставится точка; перед сведениями об авторах, помещенных после заголовка – косая черта (/); перед сведениями о месте издания ставится точка и тире (-.); перед издательством – двоеточие (:); перед годом издания – запятая (,); внутри остальных элементов ставятся точки. Информация о страницах, которые использовались в работе отделяется от предшествующих записей посредством тире, например: - 257 с.

Образец титульного листа курсовой работы представлен в приложении А.

2.2 Оформление графической части

Графическая часть курсовой работы выполняется на стандартных листах бумаги формата А1. Компоновочный лист может выполняться в масштабе 1:25, 1:50, 1:100, 1:200 в зависимости от площади торгового предприятия. На нем показывают взаимное расположение помещений магазина, они должны быть по порядку пронумерованы римскими цифрами. На плане предприятия в принятом масштабе показывают все основное и вспомогательное оборудование в соответствии с видом сверху.

Компоновочный лист выполняется в соответствии с общими требованиями предъявляемыми к строительным чертежам. На листе указывают основные строительные размеры, показывают окна, двери и т.д. На плане должны быть указаны габариты здания, расстояние между осями колон, размеры окон, дверей. Габаритные размеры оборудования в плане не показывают, а указывают установочные размеры в спецификации. При размещении графического материала на стандартных листах необходимо руководствоваться тем, что каждый лист должен быть заполнен не меньше чем на две трети. Все чертежи должны быть выполнены в соответствии с основами промышленного строительства.

Рекомендуемая литература

1. "Справочное пособие к СНиП. Проектирование предприятий розничной торговли" - КонсультантПлюс www.consultant.ru
2. "СП 118.13330.2012*. Свод правил. Общественные здания и сооружения. Актуализированная редакция СНиП 31-06-2009" (утв. Приказом Минрегиона России от 29.12.2011 N 635/10) (ред. от 07.08.2014) - КонсультантПлюс www.consultant.ru
3. "СП 30.13330.2012. Свод правил. Внутренний водопровод и канализация зданий. Актуализированная редакция СНиП 2.04.01-85*" (утв. Приказом Минрегиона России от 29.12.2011 N 626) - КонсультантПлюс www.consultant.ru
4. "СНиП 31-04-2001. Складские здания" (приняты Постановлением Госстроя РФ от 19.03.2001 N 21) - КонсультантПлюс www.consultant.ru
5. Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов. 2.3.5. Предприятия торговли (в ред. [Изменения N 1](#), утв. Постановлением Главного Государственного санитарного врача РФ от 03.05.2007 N 26) - КонсультантПлюс www.consultant.ru
6. СП 113.13330.2012. Свод правил. Стоянки автомобилей. Актуализированная редакция СНиП 21-02-99*" (утв. Приказом Минрегиона России от 29.12.2011 N 635/9) (ред. от 17.04.2015) - КонсультантПлюс www.consultant.ru
7. Федеральный закон от 30.12.2009 N 384-ФЗ (ред. от 02.07.2013) "Технический регламент о безопасности зданий и сооружений" - КонсультантПлюс www.consultant.ru
8. ТСН 31-329-2004 Ивановской области. г. Иваново, 2004 http://www.infosait.ru/norma_doc/44/44991/index.htm.
9. Богатырев, С.А. Технология хранения и транспортирования товаров: учебное пособие / С. А. Богатырев, И. Ю. Михайлова. - М. : Дашков и К°, 2011. - 142 с.
10. Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирований предприятий (в торговле): учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. - Москва: Дашков и К, 2015. – 456 с.
11. Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли: учебник /Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц.- 2-е изд.,

перераб. и доп. - Москва: Дашков и К°, 2014. - 689 с.

12. Дубровин И.А. Организация производства на предприятии торговли: учебное пособие / И.А. Дубровин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: КНОРУС, 2015. - 304 с.

13. Егоров В.Ф. Организация, технология и проектирование предприятий торговли : учеб. для высш. учебных заведений / В.Ф. Егоров – СПб. : Первый класс, 2012. – 415 с. – ISBN 978-5-903984-34-8.

14. Киселева, Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080301 (351300) Коммерция (Торговое дело) / Е. Н. Киселева, О. Г. Буданова. - М. : Вузовский учебник, 2011. - 190 с.

15. Организация, планирование и управление производством: практикум (курсовое проектирование): учеб. Пособие: рек. УМЦ / под ред. Н.И. Новицкого. - 2-е изд., стер. М.: КноРус, 2010, - 320 с.

16. Шульгина, Н.Г., Ермолаева, Е.Ю. Ш95 Организация, технология и проектирование предприятий: Методические указания / Н.Г. Шульгина, Е.Ю. Ермолаева. - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2013. - 27 с.

Приложение А
Образец титульного листа курсовой работы
Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Департамент научно-технологической политики и образования
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Красноярский государственный аграрный университет»
Институт пищевых производств

Кафедра Товароведение и управление
качеством продукции АПК

КУРСОВАЯ РАБОТА

00.00.00.00.ПЗ
(обозначение документа)

Выполнил
студент группы

(подпись)

(ФИО)

Принял
(Ученое звание, степень, или
должность)

(подпись)

(ФИО)

г. Красноярск 20__

ОРГАНИЗАЦИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

Методические указания

**Матюшев Василий Викторович
Чаплыгина Ирина Александровна
Васильева Наталья Олеговна
Нечушкина Елена Алексеевна**

Редактор О.Ю. Потапова

Санитарно-эпидемиологическое заключение № 24.49.04.953.П. 000381.09.03 от 25.09.2003 г.

Подписано в печать . Формат 60х90/16. Бумага тип. № 1.

Печать – ризограф. Усл. печ. л. 6,25. Тираж 110 экз. Заказ №

Редакционно-издательский центр Красноярского государственного аграрного университета
660017, Красноярск, ул. Ленина, 117