

КОММЕРЦИЯ

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТГТУ

Министерство образования и науки Российской Федерации
ГОУ ВПО "Тамбовский государственный технический университет"

КОММЕРЦИЯ

Методические указания по выполнению выпускных
квалификационных работ



Тамбов
Издательство ТГТУ
2007

УДК 339(075)
ББК У291я73-5
К634

Утверждено Редакционно-издательским советом университета

Рецензент

Заместитель директора Института
"Экономика и управление производствами" ТГТУ,
кандидат экономических наук, доцент
С.П. Спиридонов

Составители:

***Н.В. Молоткова, А.Л. Денисова,
Н.В. Дюженкова, М.А. Блюм***

К634 Коммерция : методические указания по выполнению выпускных квалификационных работ / сост. : Н.В. Молоткова, Н.В. Дюженкова, А.Л. Денисова, М.А. Блюм. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 36 с. – 200 экз.

Методическая разработка включает систему требований и рекомендации по выполнению выпускной квалификационной (дипломной) работы (ВРК) по специальности 080301 – Коммерция (торговое дело) и направлению 080300 – Коммерция.

Предназначена для студентов названных образовательных программ и преподавателей – руководителей ВКР.

УДК 339(075)
ББК У291я73-5

© ГОУ ВПО "Тамбовский государственный
технический университет" (ТГТУ), 2007

Учебное издание

КОММЕРЦИЯ

Методические указания по выполнению выпускных
квалификационных работ

Составители:

МОЛОТКОВА Наталия Вячеславовна,
ДЕНИСОВА Анна Леонидовна,
ДЮЖЕНКОВА Наталия Владимировна,
БЛЮМ Марина Анатольевна

Редактор Е.С. Мордасова
Компьютерное макетирование Е.В. Кораблевой

Подписано в печать 24.09.2007
Формат 60 × 84/16. 2,09 усл. печ. л. Тираж 200 экз. Заказ № 586

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

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Государственными образовательными стандартами по направлению и специальности "Коммерция" (квалификация: бакалавр коммерции, специалист коммерции и магистр коммерции) предусмотрена государственная аттестация выпускников в виде защиты выпускной квалификационной работы.

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ВКР) в высших учебных заведениях является обязательной составной частью процесса итоговой аттестации студентов, завершающейся выдачей выпускникам дипломов о высшем профессиональном образовании.

Выпускная квалификационная работа является самостоятельным исследованием студентов. Студент в процессе выполнения и защиты ВКР должен показать уровень готовности к реализации следующих видов деятельности и решению типовых задач:

а) коммерческо-организационная деятельность:

- выбор товаров и формирование товарного ассортимента, подбор покупателей и поставщиков;
- планирование и организация процесса 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;
- прогнозирование и разработка стратегии коммерческой деятельности предприятия на товарном рынке;
- проектирование процессов продвижения и реализации товаров на рынке;
- прогнозирование результатов коммерческой деятельности предприятия.

Для решения профессиональных задач специалист коммерции должен:

- владеть методами сбора, хранения, обработки и анализа информации, информационно-методического обеспечения, применяемыми в коммерческой деятельности;
- уметь анализировать и оценивать коммерческую деятельность, товарные рынки, продвижение товаров от производителей до потребителей;
- уметь прогнозировать результаты коммерческой деятельности, конъюнктуру товарных рынков, номенклатуру товаров;
- владеть методами проектирования номенклатуры товаров, процессов их продвижения и реализации на рынке, разработки стратегии коммерческой деятельности;
- уметь планировать коммерческую деятельность организации, предприятия, объемы закупки и продажи товаров, товарные запасы;
- уметь организовывать реализацию проектов и планов в области коммерции, закупку и оптовую продажу товаров, их продвижение и реализацию на рынке, формирование товарного ассортимента, выбор покупателей и поставщиков, коммерческие взаиморасчеты, управление товарными запасами и торговое обслуживание.
- уметь пользоваться системами моделей процессов коммерческой деятельности, выбирать (строить) модели бизнес-технологий.

В ВКР роль руководителя сводится к консультированию по отдельным аспектам ее выполнения, вместе с тем руководитель решает вопрос о завершении выпускной квалификационной работы.

Целью выполнения выпускной квалификационной работы является систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических профессиональных знаний и навыков студентов, полученных ими в процессе обучения.

Достижению этой цели должны быть подчинены задачи, решаемые студентом в выпускной квалификационной работе. Между тем во всех случаях (вне зависимости от конкретных уровней обучения) при выполнении выпускной квалификационной работы студент обязан продемонстрировать способность и умение решать следующие задачи:

- правильно применять теоретические положения изученных ранее научных дисциплин;
- знать и уметь применять современные методы анализа;
- грамотно выполнять экономические и другие расчеты, используя для этого современные компьютерные средства;
- знать и уметь обосновывать целесообразность внедрения на предприятии передовых достижений современной науки и практики;

• уметь (в письменном виде и устном выступлении) четко и логично формулировать свои мысли, предложения, рекомендации.

В процессе выполнения выпускной квалификационной работы на заданную тему необходима обязательная конкретизация перечисленных задач, которые должен уметь решать студент, применительно к избранной теме исследования.

Тематика выпускной квалификационной (дипломной) работы должна быть направлена на решение следующих профессиональных задач:

- выбор товаров, покупателей и поставщиков и организация коммерческих связей;
- формирование оптимального товарного ассортимента;
- планирование и организацию процессов закупки, продажи и доведения товаров до потребителей;
- организацию финансового обеспечения коммерческой деятельности;
- организацию товародвижения и создание системы стимулирования сбыта;
- управление товарными запасами;
- исследование и анализ товарных рынков;
- исследование ассортимента и конкурентоспособности товаров;
- исследование и моделирование бизнес-процессов;
- анализ и оценку эффективности коммерческой деятельности;
- исследование информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности с целью ее оптимизации;
- проектирование информационного обеспечения коммерческой деятельности;
- прогнозирование конъюнктуры товарных рынков;
- прогнозирование и проектирование номенклатуры товаров;
- прогнозирование и разработку стратегии коммерческой деятельности предприятия на товарном рынке;
- проектирование процессов продвижения и реализации товаров на рынке;
- прогнозирование результатов коммерческой деятельности предприятия.

При выполнении выпускной квалификационной работы студент должен продемонстрировать навыки работы на персональном компьютере. Эти навыки могут быть подтверждены компьютерным сбором и обработкой статистической информации, выполнением графических построений, проведением математических расчетов, использованием программного обеспечения для решения конкретных поставленных задач, набором и печатью пояснительной записки к выпускной квалификационной работе.

2. ВЫБОР ТЕМЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Являясь заключительным этапом подготовки бакалавров, специалистов и магистров коммерции, выпускная квалификационная работа должна подтвердить готовность студента самостоятельно решать конкретные профессиональные практические и научные задачи с использованием современных методов исследования. В этой связи важная роль принадлежит правильному выбору темы выпускной квалификационной работы.

Темы выпускных квалификационных работ утверждаются выпускающей кафедрой и должны быть актуальны для современной науки и практики. Они должны соответствовать основным сферам и направлениям будущей деятельности выпускников, а также выполняемым ими функциям на предприятиях.

Для обеспечения преемственности с письменными работами, выполняемыми студентами за время обучения в вузе, настоящие рекомендации учитывают требования, предъявляемые к курсовым работам и их тематику. Выпускные квалификационные работы (бакалаврские, дипломные, магистерские) могут представлять собой обобщение выполненных выпускниками за все время обучения курсовых и других работ.

Важнейшие отличия между курсовыми работами и выпускными квалификационными работами (выполняемыми по одной и той же выбранной теме) состоят, прежде всего, в разном наполнении содержания каждой из этих работ. При одинаковой тематике различия между ними могут возникать вследствие постепенного развития содержания каждой из названных работ (бакалаврской, дипломной, магистерской), например, путем насыщения их все новой информацией как в "горизонтальном", так и в "вертикальном" направлениях.

Развитие выпускной квалификационной работы по горизонтали предполагает:

- рассмотрение более широкого круга вопросов, касающихся разрабатываемой проблемы;
- больший охват или более полную характеристику в работе объектов (элементов) рассматриваемой системы;
- написание более обстоятельного аналитического обзора выполненных исследований, обобщающих теоретический и практический опыт решения данной проблемы (по материалам отечественных и зарубежных источников) и т.д.

В свою очередь развитие выпускной квалификационной работы по вертикали предполагает:

- последовательное решение на разных образовательных уровнях составных частей какой-либо сложной расчетно-аналитической или исследовательской задачи;
- последовательное углубление, детализацию или конкретизацию выполняемых расчетов;
- проведение разнообразных оптимизационных задач;

- обязательное постепенное появление в работе элементов, содержащих научную новизну;
- получение все более обоснованных и однозначно трактуемых результатов в виде выводов и предложений по совершенствованию решения рассматриваемой проблемы в хозяйствующих субъектах, которые по мере вертикального развития темы становятся все более пригодными для внедрения в практику не только на исследуемом, но и на других предприятиях, в первую очередь родственного или смежного профиля.

Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ приведен в приложении А. Преподаватели могут редактировать темы выпускных квалификационных работ, приведенных в перечне, а также предлагать студентам новые темы по актуальным экономическим проблемам. Прежде всего это относится к выпускным квалификационным работам магистров (магистерским диссертациям). Для подготовки магистров характерно в значительной мере индивидуальное обучение, базирующееся на углубленных научных исследованиях и требующее в силу этого индивидуального творческого подхода к выбору темы выпускной квалификационной работы. При подготовке магистерских диссертаций предлагаемую в примерных перечнях тематику следует рассматривать в качестве ориентира. В меньшей мере отступления от примерных перечней тем допускаются при выборе темы выпускной квалификационной работы будущими дипломированными специалистами и в минимальной – при выборе темы бакалаврами.

В случае предложения собственной инициативной темы выпускной квалификационной работы студент должен обосновать целесообразность ее разработки и получить соответствующее разрешение выпускающей кафедры.

Все темы выпускных квалификационных работ, имеющие прикладной характер, выполняются на реальных данных предприятий, либо на конкретной статистической, технико-экономической, финансовой и иной информации, полученной из литературных и иных источников.

В случаях, если выпускная квалификационная работа имеет теоретический характер и посвящена решению научной задачи, ее основным содержанием может быть развитие положений, ранее выдвинутых той или иной научной школой. Цель подобных исследований заключается в решении и развитии частных теоретических вопросов обычно в рамках уже достаточно апробированной научной концепции. Информационной базой для таких работ могут служить монографии, публикации в научных журналах и других изданиях, включая сеть Интернет.

3. ЭТАПЫ ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Процесс выполнения выпускной квалификационной работы включает в себя ряд взаимосвязанных этапов, перечень которых (в порядке выполнения) представлен ниже.

1. Выбор темы, согласование ее с руководителем и утверждение.
2. Формирование структуры работы (примерные планы для некоторых тем выпускных квалификационных работ приведены в приложении Б).
3. Составление календарного графика выполнения выпускной квалификационной работы с учетом анализа литературы по теме исследования, первичной информации о результатах деятельности исследуемого предприятия, использования ресурсов сети Интернет.
4. Сбор, анализ и обобщение информационных материалов по выбранной теме, в том числе первичной коммерческой, управленческой, технической и иной информации по исследуемому предприятию.
5. Формулирование по результатам анализа основных теоретических положений, практических выводов и рекомендаций.
6. Письменное изложение пояснительной записки к выпускной квалификационной работе и представление руководителю ее первого варианта.
Опыт свидетельствует, что наиболее уязвимыми местами в пояснительной записке у студентов являются:
 - бессистемность изложения материала; слабость доказательств и неубедительность выводов;
 - злоупотребление цитатами и выдержками из книг в ущерб изложению самостоятельных рассуждений и взглядов самого автора выпускной квалификационной работы;
 - расплывчатость заключения работы;
 - нарушение правил оформления, особенно при составлении библиографического списка используемых источников.Именно на эти ошибки следует обращать особое внимание при подготовке первого письменного варианта работы.
7. Доработка первого варианта выпускной квалификационной работы с учетом замечаний руководителя.
8. Чистовое оформление выпускной квалификационной работы.
9. Подготовка доклада для защиты выпускной квалификационной работы на заседании государственной аттестационной комиссии.
10. Подготовка презентации и так называемого раздаточного материала, включающего в себя в сброшюрованном виде распечатки схем, графиков, диаграмм, таблиц, рисунков и т.п.
11. Направление выпускной квалификационной работы на рецензирование.
12. Получение допуска к защите выпускной квалификационной работы.

4. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ (ДИПЛОМНЫХ) РАБОТ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ

Защита выпускных квалификационных (дипломных) работ проводится в сроки, установленные графиком учебного процесса высшего учебного заведения. Персональный состав Государственной аттестационной комиссии (ГАК) утверждается приказом Ректора высшего учебного заведения. Защита выпускных квалификационных работ проводится на открытых заседаниях ГАК с участием не менее половины ее членов.

Закончив написание и оформление выпускной квалификационной (дипломной) работы, ее основные положения необходимо обсудить с руководством и специалистами организации (предприятия), на материалах которой она выполнена, и обязательно получить соответствующий отзыв.

Законченная выпускная квалификационная (дипломная) работа подписывается студентом-дипломником, т.е. ее исполнителем, и представляется руководителю.

После просмотра и одобрения выпускной квалификационной (дипломной) работы руководитель ее подписывает и вместе со своим письменным отзывом представляет на проверку заведующему кафедрой. В отзыве руководитель должен охарактеризовать проделанную работу по всем разделам.

Заведующий кафедрой на основании этих материалов решает вопрос о допуске студента к защите, делая об этом соответствующую запись на титульном листе выпускной квалификационной (дипломной) работы.

Если же заведующий кафедрой не считает возможным допустить студента к защите выпускной квалификационной (дипломной) работы, этот вопрос рассматривается на заседании кафедры с участием руководителя и студента. Протокол заседания кафедры представляется через директора института на утверждение ректору вуза.

Выпускная квалификационная (дипломная) работа, допущенная выпускающей кафедрой к защите, может быть направлена на рецензию.

Состав рецензентов определяется из числа специалистов производства, научных учреждений. Рецензентами могут быть также профессора и преподаватели других высших учебных заведений или данного вуза, если они не работают на выпускающей кафедре.

Выпускная квалификационная (дипломная) работа с отзывом (допуском) выпускающей кафедры, отзывом руководителя и рецензией специалиста направляется в Государственную аттестационную комиссию (ГАК) для защиты.

По желанию студента-дипломника в ГАК могут быть представлены материалы, характеризующие научную и практическую ценность выполненной выпускной квалификационной (дипломной) работы, например, документы (отзывы, постановления), указывающие на практическое использование предложений, печатные статьи по теме работы и другие материалы. Представленные материалы могут содействовать раскрытию научной и практической ценности исследования.

Подготовив выпускную квалификационную (дипломную) работу к защите, студент готовит выступление (доклад) длительностью 10 – 15 минут, наглядную информацию (схемы, таблицы, графики и другой иллюстративный материал) для использования во время защиты в ГАК в качестве раздаточного материала. В докладе необходимо отразить актуальность темы, цель и задачи исследования, дать характеристику объекта исследования, а также изложить полученные результаты в обобщенном виде, указать их значимость и возможность использования в коммерческой деятельности предприятия.

5. ПРОЦЕДУРА ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ (ДИПЛОМНОЙ) РАБОТЫ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ

Студент допускается к защите выпускной квалификационной (дипломной) работы (ВК(Д)Р) в Государственной аттестационной комиссии, если им полностью выполнен учебный план и получен допуск к защите, подписанный заведующим выпускающей кафедры.

К защите выпускной квалификационной (дипломной) работы допускаются лица, завершившие полный курс обучения и успешно прошедшие все аттестационные испытания (экзамены и зачеты), предусмотренные учебным планом.

В начале процедуры защиты ВК(Д)Р секретарь ГАК представляет студента и объявляет тему работы, передает председателю ГАК выпускную квалификационную (дипломную) работу и все необходимые документы, после чего дипломник получает слово для доклада. Для доклада основных положений дипломной работы, обоснования выводов и предложений студенту дается 5 – 15 минут.

По завершению доклада члены ГАК имеют возможность задать вопросы выпускнику. Вопросы членов ГАК и ответы студента записываются секретарем в протокол. Далее секретарь зачитывает отзыв руководителя и рецензию на выпускную квалификационную (дипломную) работу. Студенту предоставляется возможность ответить на замечания руководителя и рецензента.

Замечания членов ГАК по каждой выпускной квалификационной (дипломной) работе оформляются в виде документа с внесенными в них критериями соответствия, которые оцениваются членами ГАК по системе: "соответствует" – "не соответствует", а также выставляется рекомендуемая оценка по 5-бальной системе, принятой в высшей школе.

Результаты защиты определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно".

Оценка ВК(Д)Р выносится членами Государственной аттестационной комиссии на ее закрытом заседании. Комиссией принимается во внимание содержание работы, качество расчетов, обоснованность выводов и предложений, содержание доклада студента-дипломника, ответы студентом на вопросы членов ГАК, отзывы на дипломную работу, уровень теоретической, научной и практической подготовки студента. Оценки дипломных работ объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протокола заседания комиссии.

"Отлично" выставляется за следующую работу:

- работа носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, глубокий анализ коммерческой деятельности, критический разбор хозяйственной деятельности предприятия (организации), характеризуется логичным, последовательным изложением материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями;
- имеет положительные отзывы научного руководителя и рецензента;
- при защите работы студент показывает глубокие знания вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, вносит обоснованные предложения по улучшению коммерческой деятельности предприятия (организации), эффективному использованию элементов коммерческой деятельности, а во время доклада использует презентацию и раздаточный материал, легко отвечает на поставленные вопросы.

"Хорошо" выставляется за следующую работу:

- носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, достаточно подробный анализ коммерческой деятельности и критический разбор финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации), характеризуется последовательным изложением материала с соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованными предложениями;
- имеет положительный отзыв научного руководителя и рецензента;
- при защите студент показывает знания вопросов темы, оперирует данными исследования, вносит предложения по улучшению коммерческой деятельности предприятия (организации), эффективному использованию финансовых ресурсов, во время доклада использует презентацию или раздаточный материал, без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы.

"Удовлетворительно" выставляется за следующую работу:

- носит исследовательский характер, содержит теоретическую главу, базируется на практическом материале, но отличается поверхностным анализом и недостаточно критическим разбором коммерческой деятельности предприятия (организации), в ней просматривается непоследовательность изложения материала, представлены необоснованные предложения;
- в отзывах руководителя и рецензента имеются замечания по содержанию работы и методике анализа;
- при защите студент проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов темы, не дает полного, аргументированного ответа на заданные вопросы.

"Неудовлетворительно" выставляется за следующую работу:

- не носит исследовательского характера, не содержит анализа и практического разбора коммерческой деятельности предприятия (организации), не отвечает требованиям, изложенным в методических указаниях кафедры;
- не имеет выводов либо они носят декларативный характер;
- в отзывах руководителя и рецензента имеются критические замечания;
- при защите студент затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки, к защите не подготовлены презентация и раздаточный материал.

По результатам итоговой аттестации выпускников Государственная комиссия по защите выпускных квалификационных (дипломных) работ принимает решение о присвоении им квалификации по направлению (специальности) и выдаче диплома о высшем образовании.

Выпускнику, достигшему особых успехов в освоении профессиональной обязательной программы и прошедшему все виды аттестационных испытаний с оценкой "отлично", может быть выдан диплом с отличием. Конкретные условия выдачи диплома с отличием определяются ученым советом высшего учебного заведения.

Студент, не прошедший в течение установленного срока обучения всех аттестационных испытаний, входящих в состав итоговой государственной аттестации, отчисляется из высшего учебного заведения и получает академическую справку или, по его просьбе, диплом о неполном высшем образовании.

Студентам, не прошедшим аттестационных испытаний по уважительной причине, ректоратом может быть удлинен срок обучения до следующего периода работы Государственной аттестационной комиссии, но не более чем на один год.

Бывают случаи, когда защита ВК(Д)Р признается неудовлетворительной. Тогда Государственная аттестационная комиссия устанавливает, может ли студент представить ко вторичной защите ту же работу с соответствующей доработкой, определяемой комиссией, или же студент обязан разработать новую тему, которая должна быть определена выпускающей кафедрой после первой защиты.

Результаты защиты ВК(Д)Р изучаются Государственной аттестационной комиссией и отражаются в отчете председателя ГАК. Отчет председателя ГАК анализируется и обсуждается на выпускающей кафедре и ученом совете вуза. На основе анализа отчетов председателей ГАК при необходимости принимаются меры к дальнейшему совершенствованию подготовки в соответствии с современным развитием науки и практики.

6. ТРЕБОВАНИЯ К ОБЪЕМУ, СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ (ДИПЛОМНОЙ) РАБОТЫ

Пояснительная записка выпускной квалификационной (дипломной) работы должна содержать:

- титульный лист;
- задание на выпускную квалификационную (дипломную) работу;

- аннотацию (на русском и английском языках);
- содержание;
- введение;
- основные разделы в соответствии с утвержденным заданием на выпускную квалификационную (дипломную) работу;
- заключение;
- список используемых источников;
- приложения (при необходимости).

Титульный лист должен быть выполнен согласно приложению В. Согласованию с главным специалистом предприятия подлежат только реальные проекты, разработанные по заданию или предложению этого предприятия. Перенос слов на титульном листе и в заголовках по тексту не разрешается. Точка в конце заголовка не ставится. Образец оформления задания на ВК(Д)Р приведен в приложении Г.

Аннотация должна содержать общие сведения и краткую характеристику выпускной квалификационной (дипломной) работы: название темы, фамилию, имя, отчество студента и руководителя работы, год защиты, название объекта исследования, краткую характеристику материала, приведенного в работе, результат выполнения работы. В аннотации также необходимо привести перечень основных решений с краткими комментариями, характеризующими их новизну и эффективность. Пример выполнения аннотации приведен в приложении Д.

В аннотации указываются объемы пояснительной записки (в страницах), а также приводится краткая характеристика иллюстративных материалов (количество таблиц, рисунков, графиков, плакатов и т.п.). Рекомендуемый объем аннотации – 1 страница.

Содержание включает введение, наименование всех разделов, подразделов, заключение, список используемых источников, приложение с указанием страниц, с которых начинаются эти элементы работы. Обязательное требование – дословное повторение в заголовках содержания названий разделов, представленных в тексте пояснительной записки, в той же последовательности и соподчиненности. Пример содержания выпускной квалификационной (дипломной) работы представлен в приложении Е.

Во введении кратко характеризуется проблема, решению которой посвящена выпускная квалификационная работа. При этом обосновывается актуальность выбранной темы, определяется цель и конкретные задачи, которые необходимо решить для достижения цели, указывается база исследования (предприятие, организация и т.п.), описывается информация, на базе которой выполнена работа, методы ее сбора и обработки, указываются методологические основы решения поставленных задач. Объем введения для выпускных квалификационных работ бакалавров и специалистов 2-3 страницы, для магистров – 3-4 страницы.

Основная часть выпускной квалификационной (дипломной) работы обычно состоит из 2 – 4 разделов (глав), каждая из которых делится на 2 – 4 подраздела (параграфа). Объемы разделов и подразделов выпускной работы должны быть пропорциональны, объем каждого параграфа (подраздела) не должен быть менее 5-6 страниц.

Наиболее целесообразно деление всего материала основной части на три раздела. Первый – теоретический, остальные два – практические. Теоретический раздел должен включать на основе анализа литературы полное и систематизированное изложение состояния проблемы, которой посвящена выбранная выпускником тема ВКР. На основе изучения публикаций отечественных и зарубежных авторов, излагается сущность исследуемой проблемы, рассматриваются различные подходы к ее решению, а также дается их критическая оценка с позиций студента. Здесь же обосновываются методические приемы и техника выполнения исследования.

Последующие разделы основной части выпускной квалификационной работы обычно посвящены практическим аспектам решения задач, поставленных в выпускной квалификационной работе. С использованием методов, изученных в процессе обучения, в них анализируется информация о состоянии коммерческой деятельности объекта исследования, результатах его функционирования, экономической эффективности применяемых на предприятии методах и приемах коммерческой деятельности. Результаты анализа служат базой для разработки и обоснования в ВКР конкретных предложений по улучшению коммерческой деятельности объекта исследования. Здесь же выполняются необходимые расчеты (по общепринятым или усовершенствованным студентом методикам) для обоснования экономической эффективности предлагаемых в ВКР решений по совершенствованию коммерческой деятельности.

В одном из разделов практической части выпускной квалификационной работы (его можно условно назвать "аналитическим") подробно излагаются используемые студентом методические приемы анализа информации, а также приводятся результаты самого анализа коммерческой деятельности исследуемого объекта и отдельных бизнес-процессов. В другом разделе (его можно условно назвать "проектным") излагаются полученные с помощью расчетов автора обоснования конкретных предложений по улучшению коммерческой деятельности объекта исследования, обосновывается научная, экономическая, социальная и иная ценность полученных результатов.

Итак, как было сказано выше, каждая выпускная квалификационная работа обязательно должна содержать практическую (расчетную) часть.

В частности, все работы включают характеристику коммерческой деятельности конкретного предприятия.

Характеристику коммерческой деятельности целесообразно начать с описания краткой истории становления и развития предприятия, сферы деятельности предприятия, его специализации и т.п. Характеризуя предприятие целесообразно привести его организационную структуру, показать место и роль отдельных отделов в общей деятельности предприятия.

Коммерческую деятельность предприятия можно охарактеризовать при помощи следующих показателей: товарооборот (объем производства), прибыль, численность работающих, стоимость основных и оборотных средств и т.д.

В процессе характеристики коммерческой деятельности целесообразно проведение следующего анализа:

1. Анализ товарооборота (объема производства продукции):
 - анализ динамики товарооборота,
 - анализ структуры товарооборота (по товарным группам, по методам продажи, по поставщикам);
2. Анализ прибыли и рентабельности:
 - анализ динамики прибыли (горизонтальный анализ отчета о прибылях и убытках),
 - анализ структуры прибыли (вертикальный анализ отчета о прибылях и убытках);
 - расчет и анализ динамики показателей рентабельности (реализованной продукции, производственных фондов, совокупного и собственного капитала);
3. Характеристика ассортимента продукции предприятия:
 - описание ассортимента;
 - анализ показателей ассортимента (широта, глубина, обновляемость, устойчивость, гармоничность и т.п.);
4. Анализ численности, состава, динамики и эффективности использования трудового контингента:
 - характеристика распределения численности работников предприятия (по должностям, полу, возрасту, образованию, квалификации);
 - анализ динамики численного состава и текучести кадров на предприятии;
 - анализ эффективности использования рабочего времени на предприятии;
 - анализ эффективности затрат труда (расчет и анализ динамики показателей производительности труда, трудоемкости);
5. Характеристика инфраструктуры коммерческой деятельности предприятия:
 - характеристика имеющихся площадей и имеющегося оборудования;
 - анализ состояния, структуры, динамики, обновления и выбытия основных фондов предприятия;
 - оценка обеспеченности предприятия различными видами основных средств;
 - оценка эффективности использования материально-технической базы на предприятии;
6. Краткая оценка финансового состояния предприятия:
 - оценка ликвидности,
 - оценка финансовой устойчивости;

В процессе анализа коммерческой деятельности целесообразно использовать следующие статистические методы: метод расчета относительных и средних величин, метод группировок, индексный метод и различные методики факторного анализа. Результаты анализа следует представлять в наглядной табличной и графической форме.

Характеристику предприятия целесообразно дополнять анализом внешней среды предприятия. Внешняя среда предприятия делится на внешнюю среду, поддающуюся воздействию фирмы (конкуренты, потребители, поставщики, посредники, контактные аудитории), и внешнюю среду, не поддающуюся воздействию фирмы (экономические, политические, культурные, демографические, научно-технические и природные факторы).

Проводя анализ внутренней и внешней среды, необходимо помнить о таких методах анализа как SWOT-анализ и STEP-анализ.

Если выпускная квалификационная работа имеет определенную специфику, направленную на совершенствование отдельного бизнес-процесса (например, "совершенствование политики продвижения продукции на предприятии" или "совершенствование сбытовой политики предприятия"), то необходимо кроме анализа коммерческой деятельности предприятия проводить подробный анализ данного бизнес-процесса.

В частности анализ сбытовой политики предприятия подразумевает:

- подробный анализ товарооборота или объема производства/сбыта продукции (анализ динамики, структуры товарооборота по товарным группам, по методам продажи, по поставщикам, расчет различных относительных и средних показателей)
- характеристику деятельности отдела сбыта (состав, распределение полномочий, должностные обязанности и т.п.)
- описание информационных и материальных потоков в процессе сбыта продукции;
- оценку эффективности сбытовой политики на предприятии.

Анализ политики продвижения продукции на предприятии подразумевает:

- описание отдельных элементов продвижения, используемых на предприятии (реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, личные продажи и прямой маркетинг);
- анализ бюджета на продвижение (рекламного бюджета), в том числе анализ структуры выделяемых средств по элементам продвижения, по видам рекламных средств и т.п.;
- описание факторов, влияющих на структуру комплекса продвижения на данном предприятии;
- характеристику этапов медиапланирования на предприятии;
- характеристику деятельности отдела рекламы (состав, распределение полномочий, должностные обязанности и т.п.);
- оценку эффективности применяемых и рекомендуемых элементов продвижения.

Анализ ассортиментной политики предприятия подразумевает:

- описание ассортимента;
- анализ показателей ассортимента (широта, глубина, обновляемость, устойчивость, гармоничность и т.п.);
- ABC-анализ и XYZ-анализ ассортимента;
- анализ совместных покупок на предприятии;
- описание и анализ процесса формирования ассортимента на предприятии.

Суммарный объем основной части выпускной квалификационной работы для бакалавров составляет 60 – 70 страниц, специалистов – 70 – 80 страниц, магистров – 80 – 90 страниц.

В заключении, объем которого для работ бакалавров и специалистов составляет 2-3, а для магистров – 3-4 страницы, логически последовательно излагаются основные теоретические и практические выводы и предложения, полученные в ходе проведенного исследования. Они должны содержать краткую трактовку полученных результатов, их научную и практическую ценность или экономический эффект. Результаты исследования должны соотноситься с общей целью и поставленными задачами во введении. Практические предложения должны вытекать из круга работ, выполненных лично выпускником на преддипломной практике и рекомендованных к внедрению на предприятии.

Список использованных источников должен включать, как правило, не менее 20 – 30 источников для бакалавров и специалистов, а для магистров не менее 50.

В приложениях приводится вспомогательный материал: промежуточные математические расчеты, таблицы вспомогательных данных, анкеты, инструкции, типовые договора, иллюстрации и др. Приложения оформляют как продолжение данного документа на последующих листах.

Работа оформляется в соответствии с ГОСТ 2.105–95 "Общие требования к текстовым документам" и СТП ТГТУ 07–97.

Текст выпускной квалификационной (дипломной) работы должен быть набран на персональном компьютере на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210 × 297 мм); шрифт – 14 Times New Roman. Допускается применять листы формата А3 (210 × 420 мм), которые помещают как приложения к тексту пояснительной записки. Текстовые документы выпускной квалификационной (дипломной) работы должны быть сброшюрованы в жесткий переплет, на которые наклеивают этикетки (65 × 100 мм) с указанием аббревиатуры университета (ТГТУ), вида документа и его обозначения, темы выпускной квалификационной (дипломной) работы, кода учебной группы и специальности, автора работы и года окончания выполнения.

Для выпускной квалификационной (дипломной) работы необходимо соблюдать установленные поля пояснительной записки: 30 мм от левой границы формата и 15 мм от остальных границ.

Расстояние от текста до следующего заголовка, а так же от заголовка до следующего текста должно быть равным трем интервалам.

Слова: "СОДЕРЖАНИЕ", "ВВЕДЕНИЕ", "ЗАКЛЮЧЕНИЕ", "СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ", "ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ" записываются в виде заголовка (симметрично тексту) прописными буквами и не нумеруются.

Разделы и подразделы следует нумеровать арабскими цифрами и записывать с абзачного отступа. Пример – 1, 2, 3 и т.д. Номер подраздела включает номер раздела и подраздела, разделенные точкой. Пример – 1.1, 1.2, 1.3 и т.д. – подраздел. После номера раздела, подраздела в тексте точку не ставят.

Разделы, подразделы должны иметь заголовки. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов. Заголовки разделов следует печатать с абзачного отступа прописными буквами без точки в конце, не подчеркивая. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Заголовки подразделов следует печатать с абзачного отступа строчными буквами без точки в конце.

В тексте пояснительной записки, за исключением формул, таблиц, рисунков не допускается:

- применять математический знак минус (–) перед отрицательными значениями величин (следует писать слово "минус");
- применять без числовых значений математические знаки, например, > (больше), < (меньше), = (равно), ≥ (больше или равно), ≤ (меньше или равно), ≠ (не равно), а также знаки № (номер) и % (процент).

В пояснительной записке допускаются следующие сокращения:

- установленные правилами русской орфографии, а также соответствующими государственными стандартами;
- установленные в данном документе. Полное название должно быть приведено при первом упоминании в тексте с указанием в скобках сокращенного названия или аббревиатуры, а при последующих упоминаниях следует употреблять только сокращенное название или аббревиатуру.

Нумерация страниц выпускной квалификационной (дипломной) работы – сквозная, начиная с титульного листа, включая приложения, должна быть в правом верхнем углу относительно текста без сокращенного слова "страница" (с). На титульном листе, задании, аннотации номера страниц не ставятся.

В пояснительной записке приводят ссылки:

- на данную пояснительную записку;
- на стандарты;
- на другие используемые источники.

При ссылке на данную пояснительную записку указывают номера разделов, подразделов, графического материала, формул, таблиц, приложений, а также графы и строки таблиц данной пояснительной записки.

На ссылках следует писать: "... в соответствии с разделом 2", "... согласно 3.1", "... в соответствии с рисунком", (рис. 5), "... в соответствии с приложением А" и т.п. При ссылках на структурную часть текста, имеющую нумерацию из цифр, не разделенной точкой, следует указывать наименование этой части полностью, например, "...в соответствии с разделом 5", а при нумерации из цифр, разделенных точкой, наименование структурной части не указывается, например, "... по 4.3", "... в соответствии с 2.2".

Ссылки на другие источники следует указывать порядковым номером по списку используемых источников, выделенным квадратными скобками. Наибольшее количество ссылок должно быть в теоретической части работы, но возможны ссылки и в практической части.

Сведения об используемых источниках следует располагать в порядке появления ссылок на источники в тексте пояснительной записки и нумеровать арабскими цифрами с точкой.

При использовании журнальных материалов необходимо указать фамилию, инициалы автора статьи; ее название;

наименование журнала; год издания; номер страницы.

Пример: Иванов И.И. О методах совершенствования коммерческой деятельности предприятия // Вестник С.-Петербург. ун-та. 2005. Сер. 6. Вып. 2. С. 107 – 114.

При ссылке на книгу указываются фамилия и инициалы; название книги; город, где издана; год; страницы. Для коллективных монографий и сборников статей указывается редактор (отв. редактор, редколл.), а для сборников статей указывается также первые три автора.

Пример: Иванов И.И. Энциклопедия коммерции. СПб., 1997. С. 56.

Конституция, закон, подзаконный акт / под ред. Ю.А. Тихомирова. М., 2000. С. 52.

Название / редколл: В.И. Старцев, А.В. Смолин, А.В. Ильин, и др. Л., 1999.

При оформлении ссылки на материалы из Интернета нужно по возможности максимально следовать таким же требованиям, как и при оформлении библиографии печатных работ, обязательно указывая полный адрес материала в Интернете, включая название сайта и дату обработки материала.

Автор. Название материала (учебника, статьи и т.п.) // Название сайта: URL: <http://www.sth.com/article.html> (2001. 24 февр.).

Пример: Иванов И.И. Возможна ли интегральная теория права? // Неофициальный сайт ЭкФака СПбГУ: URL: http://lawfac.narod.ru/integr_teor.html (2002. 19 февр.).

Формулы, за исключением, помещенных в приложения, должны нумероваться сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках. Одну формулу обозначают – (1). Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. Пример – ... в формуле (1).

Формулы, помещенные в приложениях, должны нумероваться отдельной нумерацией арабскими цифрами в пределах каждого приложения с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Пример – ... в формуле (В. 1).

Пояснения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, если они не пояснены раньше в тексте, должны быть приведены непосредственно под формулой. Пояснения каждого символа следует давать с новой строки в той же последовательности, в которой символы приведены в формуле. Первая строка пояснения должна начинаться со слова "где".

Пример: Рентабельность реализованной продукции R вычисляют по формуле (1)

$$R = \frac{\Pi}{\text{ТО}}, \quad (1)$$

где Π – прибыль от реализации, р.; ТО – товарооборот, р.

Формулы, следующие одна за другой и не разделенные текстом отделяют запятой.

Пример:

$$A = \frac{a}{b}, \quad (1)$$

$$B = \frac{c}{d}. \quad (2)$$

Перенос формулы на следующую строку допускается только на знаках выполняемых операций, причем знак в начале следующей строки повторяется. При переносе формулы на знаке операции умножения применяют знак "×".

Применение печатных и рукописных символов в одной формуле не допускается.

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

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название следует помещать над таблицей. Номер таблицы и ее название пишется слева направо следующим образом:

Таблица 1 – Сравнительная характеристика показателей.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Таблицы каждого приложения обозначаются отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения.

На все таблицы должны быть приведены ссылки в тексте, при ссылке писать "таблица" с указанием номера, например (табл. 1). Таблицу, в зависимости от ее размеров, помещают под текстом, в котором впервые дана на нее ссылка, или на следующей странице, а при необходимости, в приложении. Допускается помещать таблицы вдоль длинной стороны листа пояснительной записки.

Если строки и графы таблицы выходят за формат страницы, то таблицу делят на части, помещая одну часть под другой или рядом, при этом в каждой части таблицы повторяют названия ее граф и строк, которые можно заменять, соответственно, их номерами. При этом нумеруют арабскими цифрами графы и (или) строки первой части таблицы. Слово "Таблица" указывают один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями пишут слова "Продолжение таблицы" или "Окончание таблицы" с указанием номера таблицы.

Графу "Номер по порядку" в таблицу включать не допускается.

Графический материал – рисунки (схемы, диаграммы и т.д.) помещают в тексте пояснительной записки. На графический материал должна быть дана ссылка в тексте. Графический материал должен располагаться непосредственно после текста, в котором о нем упоминается впервые, или на следующей странице, а при необходимости в приложении.

Графический материал может иметь тематическое наименование, которое помещают под ним и располагают следующим образом:

Рисунок 1 – Элементы маркетинговых коммуникаций.

При необходимости, под графическим материалом помещают пояснительные данные. Слово "Рисунок" и наименование помещают после пояснительных данных.

Графический материал, за исключением графического материала приложений, следует нумеровать арабскими цифрами

сквозной нумерацией. Если рисунок один, то он обозначается "Рис. 1". Графический материал приложения обозначается отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения (Рис. В. 3).

Рисунок (диаграмму, схему и т.п.), как правило, следует выполнять на одной стороне листа (странице). Если рисунок не помещается на одной странице, допускается переносить его на другие страницы. При этом наименование помещают на первой странице, пояснительные данные – на каждой странице и под ними пишут "Рисунок..., лист...".

Приложения могут быть обязательными и информационными (рекомендуемые или справочные). В тексте пояснительной записки на все приложения должны быть ссылки. Степень обязательности приложений при ссылках не указывается. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте пояснительной записки.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху симметрично тексту слова "ПРИЛОЖЕНИЕ" прописными буквами и его обозначения, а под ним в скобках для обязательного приложения пишут слово "обязательное", а для информационного – "рекомендуемое" или "справочное".

Приложение должно иметь заголовок, который размещают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Например:

ПРИЛОЖЕНИЕ А

(обязательное)

Расчет экономической эффективности

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Е, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова "ПРИЛОЖЕНИЕ" следует буква, обозначающая его последовательность. В случае полного использования букв русского алфавита допускается обозначать приложения арабскими цифрами. Если в документе одно приложение, оно обозначается "Приложение А".

Приложения должны иметь общую с остальной частью документа нумерацию (сквозную) страниц.

Все приложения должны быть перечислены в содержании документа с указанием их номеров и заголовков.

Если приложение имеет продолжение, то оно переносится на другую страницу и записывается с абзачного отступа следующим образом: Продолжение прил. А.

Примерная тематика выпускных квалификационных (дипломных) работ.

1. Организация и управление коммерческой деятельностью торгово-посреднических структур.
2. Организация и совершенствование коммерческой деятельности предприятий на региональном рынке.
3. Организация коммерческой деятельности строительной организации.
4. Организация и совершенствование коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
5. Организация коммерческой деятельности торгового комплекса.
6. Совершенствование коммерческой деятельности торгового предприятия посредством создания торговых комплексов.
7. Анализ и управление коммерческой деятельностью торгового предприятия в условиях конкуренции.
8. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
9. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия.
10. Анализ и оценка коммерческой деятельности торговых предприятий на товарных рынках (продовольственном, непродовольственном, конкретного товара).
11. Организация закупки и продажи товаров на предприятии розничной торговли с использованием правил мерчендайзинга.
12. Планирование и организация торгово-технологического процесса на предприятии розничной торговли и его результативность.
13. Совершенствование коммерческой деятельности на основе комплексного внедрения информационных технологий.
14. Организация коммерческой деятельности розничного торгового предприятия в условиях Интернет-среды.
15. Разработка сбытовой стратегии на примере предприятия-производителя.
16. Совершенствование системы управления сбытом готовой продукции.
17. Совершенствование сбытовой политики предприятия.
18. Реализация сбытовой стратегии фирмы на новой технологической основе на рынке электронной коммерции.
19. Оптимизация каналов распределения товаров и услуг на примере конкретной продукции.
20. Разработка ассортиментной политики предприятия на рынке продовольственных/непродовольственных товаров.
21. Формирование ассортимента и управление товарными запасами на оптовых предприятиях.
22. Разработка стратегии вывода нового товара на рынок как перспективной ассортиментной позиции.
23. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия-производителя.
24. Совершенствование маркетинговой деятельности торгового предприятия на конкретном рынке.
25. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия посредством оптимизации ассортиментной и ценовой политики.
26. Организация службы маркетинга коммерческого предприятия.
27. Совершенствование маркетинговой деятельности фирмы на основе внедрения Интернет-технологий.
28. Совершенствование политики продвижения фирмы на рынке строительных услуг и продуктов.
29. Организация продвижения товаров на примере розничной торговли.
30. Оптимизация системы маркетинговых коммуникаций.
31. Организация сбыта и продвижения товаров в сети магазинов.
32. Организация сбыта и продвижения товаров на промышленном предприятии.
33. Организация сбыта и продвижения продукции на оптовом предприятии.
34. Организация сбыта и продвижения косметической продукции посредством личных продаж.
35. Организация маркетинговых коммуникаций в условиях Интернет-среды.
36. Управление рекламной деятельностью коммерческого предприятия в современных экономических условиях.
37. Совершенствование коммерческой деятельности предприятия посредством PR-технологий.
38. Использование рекламных и PR-технологий в коммерческой деятельности предприятия на рынке услуг связи.
39. Механизм использования рекламных и PR-технологий как средства позиционирования и поддержания имиджа современного предприятия.
40. Позиционирование товаров производственно-технического назначения.
41. Специфика позиционирования фирмы на рынке информационных услуг и продуктов (на примере конкретного предприятия).
42. Формирование и развитие конкурентных преимуществ торгового предприятия.
43. Оценка конкурентоспособности предприятия в сфере оказания строительных услуг на региональном рынке.
44. Определение конкурентных преимуществ фирмы на региональном рынке информационных услуг и продуктов (на примере рекламных услуг).
45. Анализ и прогноз развития товарного рынка как необходимое условие эффективной коммерческой деятельности торгового предприятия.
46. Исследование конъюнктуры потребительского рынка и ее влияние на коммерческую деятельность торгового предприятия розничной торговли.
47. Совершенствование закупочной политики торговой фирмы как элемента коммерческой деятельности.
48. Оптимизация системы закупочной деятельности в оптовом торговом предприятии.
49. Закупка товаров и формирование коммерческих связей предприятиями розничной торговли на потребительском рынке.

50. Организация системы закупочной деятельности предприятия розничной торговли, обеспечивающей запросы и потребности потребительского рынка.
51. Разработка и применение логистических схем в сфере коммунальных услуг.
52. Оптимизация управления запасами в каналах распределения.
53. Управление запасами в коммерческой деятельности.
54. Управление товарными запасами на предприятии оптовой торговли.
55. Совершенствование коммерческой деятельности фирмы на основе внедрения логистической системы управления запасами.
56. Совершенствование рынка автотранспортных услуг.
57. Роль транспорта в коммерческой деятельности (на примере конкретной организации, предприятия).
58. Пути совершенствования грузовых перевозок на разных видах транспорта (по выбору).
59. Снижение издержек на транспортировку грузов как фактор улучшения коммерческой деятельности организации (предприятия).
60. Организация транспортного обеспечения коммерческой деятельности предприятия.
61. Организация управления технологическими процессами на предприятиях оптовой торговли.
62. Организация управления погрузочно-разгрузочными и транспортно-складскими операциями на складе.
63. Организация управления товарными потоками на складе.
64. Формы организации складского технологического процесса на оптовых предприятиях.
65. Техническая оснащенность предприятий розничной/оптовой торговли и эффективность использования новых видов оборудования.
66. Взаимосвязь торгово-технологического процесса с устройством и планировкой магазина.
67. Организация рациональной технологической планировки торговых залов магазинов.
68. Организация управления технологическими процессами в магазинах.
69. Основные направления совершенствования торгово-технологического процесса в магазине.
70. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий.
71. Организационно-технологические аспекты формирования торговых сетей и интегрированных торговых структур.
72. Формирование технической оснащенности розничных сетей и их влияние на эффективность коммерческой деятельности.
73. Анализ деятельности магазинов самообслуживания с позиций взаимодействия с клиентами.
74. Изучение потребительских предпочтений как способ совершенствования коммерческой деятельности предприятия.
75. Организация торгового сервиса в сфере розничной торговли и его влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия.
76. Коммерческая деятельность и сервисное обслуживание в торговле технически сложными изделиями.
77. Разработка сервисной политики предприятия как фактора повышения эффективности коммерческой деятельности в сфере автомобильных продаж.
78. Организация оптовой торговли на региональном рынке продовольственных товаров.
79. Развитие коммерческой деятельности муниципальных организаций на рынке медицинских услуг.
80. Совершенствование управленческого учета как фактор развития коммерческой деятельности фирмы.
81. Разработка комплексного обслуживания на предприятии общественного питания.
82. Организация коммерческой деятельности на региональном рынке страховых услуг.
83. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре регионального рынка информационных товаров и услуг.
84. Совершенствование системы управления персоналом с позиции повышения эффективности коммерческой деятельности предприятия.
85. Выставочно-ярмарочная торговля как форма организации коммерческой деятельности.
86. Информационная система обеспечения коммерческой деятельности торгового предприятия, ее роль и оценка эффективности.
87. Разработка Интернет-представительства с позиций совершенствования коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
88. Организация и развитие электронной торговли (на примере предприятия).
89. Внедрение автоматизированной системы управления коммерческой деятельности предприятия.
90. Разработка WEB-представительства фирмы как основа развития коммерческой деятельности.
91. ИТ-аутсорсинг на предприятиях розничной торговли.

**ПРИМЕРЫ ПЛАНОВ (СОДЕРЖАНИЯ) ТЕМ ВЫПУСКНЫХ
КВАЛИФИКАЦИОННЫХ (ДИПЛОМНЫХ) РАБОТ**

**Тема "ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА И ПРОДВИЖЕНИЯ
ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ"**

Введение.

1. Теоретические аспекты организации сбыта и продвижения продукции.
 - 1.1. Варианты построения сбытовых каналов.
 - 1.2. Характеристика основных составляющих комплекса продвижения.
2. Организация сбыта продукции на предприятии "ABC".
 - 2.1. Характеристика коммерческой деятельности предприятия.
 - 2.2. Анализ сбыта продукции компании предприятия.
 - 2.3. Основные варианты организации сбыта товаров на предприятии "ABC" и оценка их эффективности.
3. Совершенствование политики продвижения на предприятии "ABC".
 - 3.1. Использование рекламы в продвижении товара.
 - 3.2. Стимулирование сбыта товаров на предприятии.

Заключение.

**Тема "СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ПОЛИТИКИ
ТОРГОВОЙ ФИРМЫ КАК ЭЛЕМЕНТА
КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ"**

Введение.

1. Основы организации коммерческой деятельности на предприятии.
 - 1.1. Понятие коммерческой деятельности торгового предприятия.
 - 1.2. Элементы организации коммерческой деятельности торгового предприятия.
 - 1.3. Закупочная политика в коммерческой деятельности фирмы.
2. Характеристика товарной политики предприятия.
 - 2.1. Характеристика коммерческой деятельности.
 - 2.2. Ассортиментная политика предприятия.
 - 2.3. ABC, XYZ-анализ ассортимента как средство оптимизации закупок.
3. Совершенствование закупочной политики торгового предприятия.
 - 3.1. Этапы организации закупок.
 - 3.2. Алгоритм выбора поставщика.
 - 3.3. Совершенствование закупочной политики предприятия посредством автоматизации коммерческой деятельности.

Заключение.

Тема "СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ СБЫТА
ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ-ПРОИЗВОДИТЕЛЯ"

Введение.

1. Организация системы сбыта на промышленном предприятии.
 - 1.1. Основные понятия и задачи сбыта.
 - 1.2. Контроль эффективности системы сбыта предприятия.
 - 1.3. Варианты организации сбыта на промышленном предприятии.
2. Анализ коммерческой деятельности предприятия "ABC".
 - 2.1. Организационная основа и характеристика деятельности предприятия.
 - 2.2. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия.
 - 2.3. Анализ сбытовой политики предприятия.
3. Совершенствование технологий сбыта продукции на предприятии-производителе.
 - 3.1. Стимулирование сбыта на основе рекламных и PR-технологий.
 - 3.2. Совершенствование каналов распределения продукции.

Заключение.

**Тема "СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ"**

Введение.

1. Теоретические аспекты маркетинговой деятельности предприятия.
 - 1.1. Задачи и функции маркетинга на современном предприятии.
 - 1.2. Понятие маркетинговой среды и основные направления ее анализа.
 - 1.3. Характеристика маркетинговой деятельности предприятия и процесса управления маркетингом.
2. Характеристика маркетинговой среды предприятия "ABC".
 - 2.1. Краткая характеристика деятельности предприятия.
 - 2.2. Анализ микросреды деятельности предприятия.
 - 2.3. Характеристика макросреды предприятия "ABC".

3. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия "ABC".

3.1. Разработка товарной политики.

3.2. Анализ ценовой политики.

3.3. Совершенствование политики продвижения и сбыта продукции на предприятии.

Заключение.

ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ

Министерство образования и науки Российской Федерации
Государственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт "Экономика и управление производствами"

Кафедра "Технология и организация коммерческой деятельности"

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Гл. специалист предприятия
(для которого выполнен
реальный проект)

Зав. кафедрой

_____ подписью _____ инициалы, фамилия
" ____ " _____ 2007 г.

_____ **Н.В. Молоткова** _____
подпись инициалы, фамилия
" ____ " _____ 2007 г.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к дипломной (выпускной квалификационной) работе на тему:

**Использование информационных технологий для формирования
и продвижения имиджа фирмы**

Автор дипломной работы _____ **М.В. Попов** _____
инициалы, фамилия

Группа Д-51 Специальность 080301 – "Коммерция (торговое дело)"
номер, наименование

Обозначение дипломной работы ТГТУ.080301.102

Руководитель работы

_____ **А.В. Михайлова** _____
подпись, дата инициалы, фамилия

Консультанты по разделам:

1. _____
подпись, дата инициалы, фамилия
2. _____
подпись, дата инициалы, фамилия
3. _____
подпись, дата инициалы, фамилия
4. _____
подпись, дата инициалы, фамилия

5. Нормоконтролер

подпись, дата

М.А. Блюм
инициалы, фамилия

Тамбов 2007 г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Государственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт "Экономика и управление производствами"

Кафедра "Технология и организация коммерческой деятельности"

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

Н.В. Молоткова

подпись

инициалы, фамилия

" ____ " _____ 2007 г.

ЗАДАНИЕ НА ДИПЛОМНУЮ (ВЫПУСКНУЮ
КВАЛИФИКАЦИОННУЮ) РАБОТУ

Студент М.В. Попов код 102 Группа Д-51
инициалы, фамилия

1. Тема Использование информационных технологий для формирования
и продвижения имиджа фирмы

утверждено приказом по ТГТУ № 338-08
от "30" марта 2007 г.

2. Срок представления работы к защите "8" июня 2007 г.

3. Исходные данные для научного исследования:

Учебная литература по теме работы; материалы и отчетные данные, предоставленные маркетинговым
отделом ООО "Евротехника"

4. Перечень разделов дипломной работы

4.1. Введение

4.2. Организация продвижения и распределения продукции на рынке

4.3. Развитие выставочно-ярмарочной деятельности

4.4. Региональные выставки и ярмарки на примере г. Тамбова

4.5. Заключение

4.6. Список используемых источников

Приложение Г

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа на тему: "Использование информационных технологий для формирования и продвижения имиджа фирмы".
Выполнил студент пятого курса группы Д-51 по специальности 080301 – "Коммерция (торговое дело)" Попов Максим Викторович.
Руководитель: кандидат экономических наук, доцент кафедры "Технология и организация коммерческой деятельности" ГОУ ВПО "Тамбовский государственный технический университет" Мамонтова Ольга Владимировна.

Работа представлена к защите в 2007 году.

По своей структуре дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников и приложений.

Цель работы: рассмотреть особенности информационных технологий для формирования и продвижения имиджа фирмы.

Результат работы: проанализированы основные технологии формирования положительного имиджа фирмы; выявлены особенности создания внутреннего и внешнего имиджа фирмы; определена роль информационных технологий в формировании положительного имиджа торговой фирмы; разработан web-сайт торговой фирмы "Орион".

Пояснительная записка содержит 106 страниц, 8 таблиц, 22 рисунка.

THE SUMMARY

The theme of the diploma work: "Perfection of commercial activity on the basis of complex introduction of information technologies".

The work is executed by the student of the fifth year studying of the group D-51 on a speciality 080301 – "Commerce (trade business)" Fedotova Olga Sergeevna.

The instructor of the work: the doctor of pedagogical sciences, the professor of the chair "Technology and organization of commercial activity" of the state educational establishment of the supreme vocational training "Tambov state technical university" Molotkova Natalia Vjacheslavovna.

The work is submitted to protection in 2005.

The work includes the introduction, three chapters, the conclusion, the list of used sources and appendices.

The purpose of the work: to consider influence of the information technologies on the efficiency of commercial activity of a firm.

The result of the work: theoretical and technological aspects of using information technologies in commercial activity are considered; existing approaches to automation of business-processes are analysed; prospects of introducing information technologies in commercial activity are opened; features of complex introduction of information technologies are revealed; the basic stages and problems of introduction of information technologies are established; directions of work on perfection of commercial activity of limited company "Cafe «Konditerskaya»" on the basis of complex introduction of information technologies are determined.

The explanatory note contains 106 pages, 8 tables, 22 figures.

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 4 |
| 1. ОСНОВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ФИРМЫ | 6 |
| 1.1. Внутренний имидж фирмы как основа эффективного функционирования | 6 |
| 1.2. Внешний имидж фирмы как основа устойчивой конкурентной позиции | 16 |
| 1.3. Современные технологии поддержания имиджа фирмы | 23 |
| 2. РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ТОРГОВОЙ ФИРМЫ | 30 |
| 2.1. Организация рекламной кампании на основе информационных и коммуникационных технологий | 38 |
| 2.2. Создание web-сайта торговой фирмы | 45 |
| 2.3. Информационная поддержка технологий формирования имиджа торговой фирмы | 56 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 58 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ | 59 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ А | |
| Товар | 61 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ Б | |
| Вывод информации о конкретном виде рекламы "реклама на телевидении" | 62 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ В | |
| Примерный план проведения рекламной кампании для ОАО "Грита" | 63 |