

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(РИНХ)

ФАКУЛЬТЕТ ТОРГОВОГО ДЕЛА  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ

Иванченко О.В., Бондаренко В.А.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

по выполнению и защите выпускных квалификационных работ  
для обучающихся по направлению 38.03.06 «Торговое дело»  
профиль 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле», 38.03.06.04 «Рекламная  
деятельность»

Ростов-на-Дону

2020

**УДК 339.138**

Иванченко О.В., Бондаренко В.А. Методические указания по выполнению и защите выпускных квалификационных работ для обучающихся по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле», 38.03.06.04 «Рекламная деятельность». – «КОПИЦЕНТР», 2020. – 50 с.

Методические указания составлены в соответствии с государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр»).

В методических рекомендациях представлены общие положения по разработке и написанию выпускной квалификационной работы (ВКР), сформулированы требования для ее выполнения, представлены образцы оформления.

Методические указания предназначены для бакалавров всех форм обучения, защищающих выпускные квалификационные работы по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле» 38.03.06.04 «Рекламная деятельность», а также для руководителей выпускных квалификационных работ.

**Рецензенты:**

Костоглодов Д.Д., д.э.н., профессор, декан факультета Торговое дело РГЭУ (РИНХ)

Матвеева О.А., к.э.н., доцент кафедры Экономики и менеджмента ФЭУП РГУПС

Печатается по решению кафедры Маркетинга и рекламы РГЭУ (РИНХ), протокол заседания № 11 от 18 июня 2020г.

© Иванченко О.В.,  
Бондаренко В.А., 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПОДГОТОВКА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ	4
1.1	Основные требования	4
1.2	Выбор студентом темы и организация выполнения ВКР	7
1.3	Требования к структуре и содержанию ВКР	11
1.4	Подбор и изучение литературных источников, порядок проверки ВКР на неправомерные заимствования (антиплагиат)	15
1.5	Использование программных продуктов	18
2.	ОФОРМЛЕНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ	20
2.1	Общие требования	20
2.2	Выделение заголовков глав и параграфов и их размещение	21
2.3	Иллюстрации	21
2.4	Формулы	22
2.5	Таблицы	22
2.6	Оформление ссылок	24
2.7	Оформление титульного листа	26
2.8	Оформление Содержания ВКР	26
2.9	Оформление списка использованных источников	26
2.10	Оформление приложений	27
2.11	Оформление последнего листа ВКР	28
2.12	Оформление иллюстративного материала на защиту ВКР	28
2.13	Отзыв научного руководителя	29
2.14	Получение справки (акта) об использовании результатов ВКР	29
3.	ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ	31
	ПРИЛОЖЕНИЯ	33

# 1. ПОДГОТОВКА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

## 1.1 Основные требования

Выпускная квалификационная работа (ВКР) — заключительная письменная научно-практическая работа обучающегося, демонстрирующая уровень его теоретической и практической подготовки к профессиональной деятельности. Целью написания выпускной квалификационной работы как составной части учебного процесса является определение уровня подготовки выпускника, выявление его умения разрабатывать конкретную проблему в области профессиональной деятельности.

Выполнение выпускных работ — это завершающий этап обучения в вузе, имеющий своей целью:

- систематизацию, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по направлению и применение этих знаний при решении маркетинговых задач;
- развитие навыков ведения аналитической работы и овладение методикой исследования и экспериментирования при решении разрабатываемых в ВКР проблем;
- выяснение подготовленности обучающихся к самостоятельной работе.

В соответствии с поставленными целями студент должен решить следующие задачи:

- обосновать актуальность выбранной темы, ее ценность и значение для маркетинговой практики хозяйствующих субъектов;
- изучить теоретические материалы, нормативно-техническую документацию, статистические материалы, справочную, специальную и научную литературу по избранной теме;
- изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам, относящимся к теме;
- собрать необходимый материал для проведения маркетингового анализа деятельности организации;

□ провести аналитическую обработку собранных данных, используя соответствующие методы, выявить недостатки и проблемы в функционировании выбранных хозяйствующих субъектов;

□ на основе проведенного анализа сделать выводы и разработать перечень мероприятий, направленных на совершенствование отдельных сторон маркетинговой деятельности хозяйствующего субъекта (в соответствии с выбранной темой);

□ дать технико-экономическое обоснование предлагаемых мероприятий;

□ оформить выпускную квалификационную работу в соответствии с требованиями.

Требования к содержанию, объему, структуре, оформлению бакалаврской работы разработаны в соответствии с «Положением о порядке проведения государственных аттестационных испытаний по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программ специалитета, утвержденным 29.12.2015г. ректором РГЭУ (РИНХ).

В процессе выполнения ВКР выпускник должен показать:

- глубокое знание предмета и объекта исследования;
- достаточную теоретическую подготовку по общим и специальным дисциплинам;
- способность грамотно формулировать маркетинговые задачи и находить теоретически и практически обоснованные направления их решения;
- умение работать с нормативной, справочной, и другой специальной литературой;
- навыки сбора, обработки, систематизации и анализа информации;
- умение работать с компьютером.

ВКР бакалавра может основываться на обобщении выполненных выпускником курсовых работ и проектов и должна содержать материалы, полученные выпускником в период преддипломной практики.

Выполнение ВКР включает следующие этапы:

- ознакомление с основными требованиями, предъявляемыми к ВКР;
- выбор и закрепление темы ВКР;
- составление плана и согласование его с руководителем ВКР;
- подбор и изучение литературных источников и нормативных актов, в том числе законов РФ по теме ВКР;
- сбор и анализ практического материала, изучение маркетинговой и экономической деятельности организации (предприятия);
- написание и оформление ВКР;
- подготовка ВКР к защите;
- защита ВКР.

В выпускной квалификационной работе должны решаться маркетинговые задачи по следующим направлениям: поэлементная разработка комплекса маркетинга, организационно-методические рекомендации по исследованию теоретических и практических проблем в области маркетинга, анализ и обобщение отечественных и зарубежных теорий и практики рыночного хозяйствования для формирования и развития маркетинговой деятельности, обеспечение конкурентоспособности предприятия, разработка маркетинговых коммуникативных систем, программное обеспечение маркетинговой деятельности фирмы.

Выполнение ВКР и ее защита в Государственной экзаменационной комиссии (ГЭК) служит проверкой подготовки выпускника к самостоятельной практической деятельности по избранному направлению, его способности самостоятельно анализировать, делать выводы и обобщения, формулировать предложения и обосновывать эффективность их внедрения.

Выпускная квалификационная работа должна представлять собой законченную разработку актуальной маркетинговой проблемы и обязательно включать как теоретическую часть, где обучающийся должен продемонстрировать знания основ теории маркетинга по разрабатываемой проблеме, аналитическую и практическую часть, в которой необходимо показать умение использовать методы ранее изученных дисциплин для решения поставленных в работе задач.

Таким образом, выпускная квалификационная работа должна:

- быть актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития предприятий (организаций) в рыночной экономике;
- носить научно-исследовательский характер в области маркетинга и рекламы;
- содержать теоретическую главу, главу, посвященную анализу фактического материала предприятия, организации (учреждения), а также рекомендательную главу с разработанными предложениями;
- представлять самостоятельное исследование финансово-экономического состояния предприятия, демонстрировать способность выпускника теоретически осмысливать маркетинговые проблемы практики, делать на основе анализа соответствующие выводы и вносить предложения;
- отражать добросовестность обучающегося в использовании данных отчетности и опубликованных материалов других авторов.

Во всех случаях использования материалов научной, специализированной литературы, статистики и ресурсов интернет требуется делать ссылки на источники их опубликования с указанием наименования труда, издательства, места и года издания, страницы. ВКР без ссылок на источники использованного материала к защите не допускаются.

При подготовке ВКР необходимо изучение законов Российской Федерации, а также нормативных актов исполнительной власти Российской Федерации в соответствующей области.

Студент-выпускник несет полную ответственность за научную самостоятельность и достоверность результатов проведенного в ВКР исследования.

## **1.2 Выбор студентом темы и организация выполнения ВКР**

Выбор темы ВКР имеет исключительно большое значение. Опыт показывает, что правильно выбрать тему и объект изучения — значит наполовину обеспечить успешное ее выполнение.

Примерная тематика ВКР разрабатывается преподавателями кафедры маркетинга и рекламы, ежегодно актуализируется и утверждается на заседании кафедры и доводится до обучающихся в электронном либо печатном варианте (Приложение 14).

Студенту предоставляется право самостоятельного выбора темы выпускной квалификационной работы по тематике, разработанной и утвержденной на выпускающей кафедре. При выборе темы следует ориентироваться на те из них, в рамках которых возможно решение новых маркетинговых задач, стоящих перед конкретной организацией. Выполнение выпускной квалификационной работы позволяет студенту не только исследовать проблему на теоретическом уровне, но и дать практические рекомендации по ее решению.

Обучающийся выбирает тему, как правило, из объявленного перечня, но также имеет право предложить свою тему с обоснованием целесообразности ее разработки. Ориентация ВКР на решение актуальных маркетинговых задач — одна из важных форм развития самостоятельности и активности обучающихся.

Основным критерием при выборе темы ВКР служит научный и практический интерес обучающегося. При выборе темы ВКР следует исходить также из того, по какой из них выпускник может наиболее полно собрать материал, широко использовать практику работы предприятий и организаций.

Организации и предприятия с учетом своих потребностей дают РГЭУ (РИНХ) заказы на разработку определенных тем в ВКР. Заказ на разработку конкретной темы в качестве ВКР руководство организации (предприятия) любой формы собственности может оформить письмом на имя ректора РГЭУ (РИНХ). После выполнения ВКР данная организация (предприятие) выдает Справку об использовании результатов выпускной квалификационной работы в практической деятельности.

В качестве практического материала в выпускной квалификационной работе должны использоваться данные той организации, на которой студент проходил преддипломную практику. Преддипломная практика завершается предоставлением руководителю основных материалов, необходимых для



выполнения ВКР. Как правило, руководитель ВКР является руководителем преддипломной практики.

По одной теме могут выполнять ВКР несколько обучающихся, если объекты их изучения и круг рассматриваемых вопросов различны.

Возможно написание ВКР несколькими студентами на примере одного предприятия, что обеспечит большую полноту охвата разнообразных проблем предприятия.

Тема ВКР закрепляется за студентом по его личному письменному заявлению (см. Приложение 1). К заявлению прилагается заявка предприятия (см. Приложение 2) на выполнение студентом конкретной темы ВКР, которая оформляется и подписывается одним из руководящих должностных лиц предприятия. После рассмотрения заявления, подписанного студентом и научным руководителем от кафедры, заведующий кафедрой утверждает тему ВКР. Заведующий кафедрой вправе внести изменения и дополнения в тему выпускной квалификационной работы по согласованию с руководителем с последующим уведомлением студента-выпускника. Закрепление тем по представлению кафедры оформляется приказом ректора РГЭУ (РИНХ).

Изменения в руководстве и изменение темы выпускной квалификационной работы после издания приказов об утверждении тем выпускных квалификационных работ и назначении руководителей не допускаются.

В течение недели после утверждения приказа научный руководитель от кафедры оформляет задание на выполнение ВКР, которое утверждает заведующий кафедрой МиР (см. Приложение 3). Задание выдается студенту для выполнения ВКР.

В задании указывается: тема ВКР, исходные данные к ее выполнению, перечень подлежащих разработке вопросов (обычно в виде перечня глав работы).

Задание определяет весь процесс дальнейшей самостоятельной работы студента по выполнению ВКР. На основе задания студент по согласованию с научным руководителем составляет календарный план выполнения ВКР.

По решению кафедры устанавливается срок предоставления ВКР на предзащиту (как правило, за 2 недели до проведения ГЭК).

Окончательный вариант ВКР и требуемые документы должны быть представлены на кафедру не позднее, чем за 5 дней до назначенного срока защиты для прохождения процедуры рассмотрения и допуска к защите заведующим кафедрой.

Руководители ВКР назначаются из числа профессоров и доцентов кафедры маркетинга и рекламы.

Руководитель ВКР:

- выдает студенту задание на ВКР;
- оказывает ему помощь в составлении календарного графика на весь период выполнения работы;
- рекомендует необходимую основную литературу — законы, справочные материалы, монографии, учебники, учебные пособия и другие источники по теме;
- проводит предусмотренные расписанием консультации со студентом, назначаемые по мере надобности;
- проверяет выполнение работы (по частям или в целом);
- осуществляет проверку работы на соответствие предъявляемым требованиям к содержанию и оформлению;
- осуществляет проверку текста ВКР на наличие неправомерных заимствований (антиплагиат);
- готовит письменный отзыв на выпускную квалификационную работу.

Кафедра маркетинга и рекламы обеспечивает ознакомление обучающего с отзывом научного руководителя не позднее, чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР.

В процессе консультаций выпускнику оказывается научная, педагогическая помощь, а с другой — они носят контрольно-проверочный характер.

Студент-выпускник обязан регулярно в соответствии с календарным планом, но не реже двух раз в месяц отчитываться перед руководителем о

выполнении задания по написанию выпускной квалификационной работы. На основании полученной информации, руководитель отчитывается на кафедре о ходе выполнения задания студентами (выпускниками). Руководитель обязан своевременно информировать заведующего кафедрой о нарушениях студентом-выпускником графика подготовки выпускной квалификационной работы. По согласованию с заведующим кафедрой руководители вправе приглашать студентов-выпускников, не соблюдающих график-задание, с отчетами на заседание кафедры.

Студенты-выпускники, не выполняющие календарный план написания выпускной квалификационной работы без уважительной причины, отстраняются от защиты выпускной квалификационной работы в соответствии с распоряжением деканата по представлению выпускающей кафедры.

### **1.3 Требования к структуре и содержанию ВКР**

Структура и содержание ВКР должны отвечать следующим обязательным требованиям. В качестве обязательных в ВКР должны включаться следующие элементы:

- титульный лист (см. Приложение 4)
- задание на выполнение ВКР (см. Приложение 3)
- содержание (см. Приложение 7)
- введение
- основную текстовую часть работы; (3 главы по 2-4 параграфа в каждой)
- заключение
- список использованных источников (см. Приложение 8)
- приложения
- последний лист (не вносится в содержание).

Данные элементы ВКР сшиваются в твердый переплет в указанной последовательности. Отзыв научного руководителя (см. Приложение 5) и Справка о внедрении результатов ВКР (см. Приложение 6) вкладываются в конверт, приклеиваемый на внутреннюю сторону обложки ВКР.

Содержание выпускной квалификационной работы определяется «заданием» на её выполнение, которое разрабатывается руководителем выпускной квалификационной работы совместно со студентом. Задание оформляется на бланках установленной формы.

«Содержание» (оглавление) - это перечень всех частей выпускной квалификационной работы со ссылкой на начальную страницу текста. В «Содержании» должно быть указано название разделов и параграфов в точном соответствии с их названием по тексту выпускной квалификационной работы. Образец оформления дан в Приложении 7.

Требования, предъявляемые к содержанию основной текстовой части выпускной квалификационной работы:

- четкость и логическая последовательность изложения материала (без длинных рассуждений, обширных выписок из учебников и др. литературы);
- убедительность аргументации (материал, используемый в качестве цитаты, дается со ссылкой на источник);
- краткость и корректность формулировок, исключающих возможность неоднозначного толкования;
- конкретность изложения результатов работы;
- обоснованность рекомендаций и предложений.

Во введении необходимо обосновать **актуальность** и раскрыть сущность исследуемой проблемы, указать **цель** исследования, поставить **задачи**, необходимые для достижения цели, описать **объект и предмет, выбранные методы исследования и структуру** выпускной квалификационной работы. Необходимо дать оценку современного состояния решаемой проблемы (ее актуальность и значимость для экономики, развития маркетинга в целом и исследуемой организации в частности).

Актуальность – это значимость, важность исследуемой проблемы в социально-экономической жизни и обоснование причин, по которой выбрана тема ВКР.

Определение объекта и предмета. Объект – это **предприятие** или совокупность организаций или учреждений и их деятельность. Объект должен

быть обозначен и в названии темы. Предмет – это **одна из сторон деятельности** объекта, связанная с той проблемой, которая решается в ходе исследования. Предмет исследования – включает связи и отношения, которые подлежат непосредственному изучению в данной работе.

Цель исследования должна быть связана с решением определенной маркетинговой проблемы, и формулируется исходя из исследуемой проблемы, обозначенной в теме ВКР. Проблема – несоответствие между текущим и желаемым состоянием какой-либо системы или процесса. Целью может быть исследование проблемы и поиск путей ее решения. Цель, как правило, формулируется самим студентом по согласованию с научным руководителем в соответствии с темой выпускной квалификационной работы.

Задачи исследования определяются в соответствии с поставленной целью и формулируются путем ее декомпозиции на логически связанные между собой подцели, этапы, пути решения проблемы. Перечень этих задач, с одной стороны, должен быть исчерпывающим, т.е. достаточным для достижения и, с другой стороны, не должен содержать лишние задачи, не имеющие отношения к поставленной цели.

Как правило, формулировка задач осуществляется в редакции «изучить», «проанализировать», «определить», «разработать» и т.д. Задачи бакалаврской работы определяются ее содержанием т.к. являются основой для формулировки названия разделов работы.

Объем введения составляет 2-3 страницы.

Разделы основного текста оформляются в виде глав. В ВКР в каждой главе должно быть не менее 2-х и не более 4-х параграфов.

Общими требованиями к главам являются:

- полная и четкая формулировка заголовков;
- четкое построение и логическая последовательность излагаемого материала;
- полнота, точность и сжатость формулировок;
- убедительность аргументации по каждому положению и доказательность выводов, предложений, рекомендаций;

- использование современных методов исследования (статистические и др. экономико-математические методы);
- системный подход к проблеме;
- открытая личная позиция к исследуемым проблемам.

Объем основной текстовой части выпускной квалификационной работы должен составлять не менее 60 страниц; глава - не менее 20 страниц; параграф - не менее 5 страниц. При этом следует придерживаться такого порядка, что объем материала по главам должен распределяться примерно одинаково.

**В первой главе (в теоретическом разделе)** обычно дается обзор научно-методической и справочно-инструктивной литературы, отечественного и зарубежного опыта, новых методов решения исследуемых вопросов. При этом определяется отношение обучающегося к описываемым проблемам, выявляются логические и фактические противоречия по исследуемым вопросам, раскрывается экономическая сущность исследуемых категорий.

**Во второй главе (в аналитическом разделе)** ВКР обычно проводится анализ объекта исследования с более подробной проработкой тех сторон деятельности, показателей работы, которые непосредственно связаны с проблематикой исследования. При этом должны быть выявлены негативные факторы, устранение которых позволит повысить эффективность деятельности объекта исследования. Непременным атрибутом аналитической главы является анализ рыночных тенденций, потребителей, предприятий-конкурентов и контрагентов.

**В третьей главе (в рекомендательном разделе)** ВКР на базе выводов, содержащихся в аналитическом и теоретическом разделах, разрабатываются маркетинговые мероприятия, решения, рекомендации, производятся расчеты, в т.ч. расчеты ожидаемой экономической эффективности предложенных мероприятий и решений. В качестве конструктивного раздела может быть представлена новая методика, новые зависимости, характеризующие исследуемые процессы и явления.

В заключении каждой главы студент формулирует собственные выводы по данной главе.

В **Заключении** кратко формулируются основные итоги проделанной работы (по всем ее разделам), приводятся основные предложения и ожидаемый экономический эффект от внедрения разработок и предложений, рекомендации по возможным направлениям развития проведенного исследования. Из заключения должно быть ясно, что выносятся на защиту, каковы основные результаты проделанной в процессе написания ВКР. Объем Заключения составляет 3-4 страницы.

В **список использованных источников** включаются те источники, которые были изучены, использованы при выполнении работы (см. Приложение 8).

В **приложениях** при необходимости помещаются вспомогательные материалы: промежуточные математические доказательства и расчеты; таблицы; протоколы, официальные или предлагаемые инструкции и методики; формы документов; копии управленческих распоряжений и приказов и т. п.

#### **1.4 Подбор и изучение литературных источников, порядок проверки ВКР на неправомерные заимствования (антиплагиат)**

ВКР выполняется на основе глубокого изучения литературных источников. Литература по теме ВКР может быть подобрана студентом при помощи электронных предметных и алфавитных каталогов библиотек, включающих каталоги книг, указатели журнальных статей, специальные библиографические справочники, тематические сборники литературы, периодически выпускаемые отдельными издательствами.

Список использованных источников должен включать не менее 30 источников, в том числе не менее 20 источников литературы.

При подготовке ВКР по направлениям кафедры маркетинга и рекламы необходимо использовать научные достижения в области экономики, статистики, маркетинга, логистики, организации рекламных компаний, информационных систем управления. Студентам, приступающим к выполнению ВКР, надлежит овладеть не только основным содержанием, но и методологией науки, которая позволит им подойти к анализу фактического материала с

позиций научного исследования, установить связи и закономерности, сделать обоснованные выводы.

Обучающийся должен уметь анализировать события прошлого и новые явления в экономической жизни, уметь использовать факты и статистические материалы для подтверждения того или иного положения в современных условиях.

Знание законодательства в области маркетинга, экономики, рыночной политики, рекламной деятельности, необходимо каждому выпускнику для того, чтобы разработанные им предложения не противоречили законам Российской Федерации.

В списке использованной литературы законы Российской Федерации и другие правовые акты помещаются в общем алфавитном порядке.

Информативными источниками для написания первого (теоретического) раздела ВКР служат официальные сообщения по проблеме исследования представительной и исполнительной властей Российской Федерации, дискуссионные публикации в журналах, сборниках, монографиях, а также выступления в печати и комментарии специалистов за последнее время. Кроме этого, нужно использовать учебники, методические пособия, лекции по теме и ситуации, рассмотренные на семинарских и практических занятиях. Этот раздел по содержанию является инструментарием для продолжения исследования и формирования заключительного, третьего раздела основной части ВКР.

В качестве источников информации для формирования второго (аналитического) раздела следует использовать проспекты, издаваемые предприятиями, их историю развития; пояснительные (объяснительные) части к годовым отчетам, материалы слушаний балансовых комиссий, сведения о производственно-хозяйственной деятельности предприятия из форм представляемым в Государственную налоговую инспекцию, органы Государственной статистики и другие доступные материалы, данные оперативной отчетности, а также данные маркетинговой информационной системы.

В качестве источников информации при написании рекомендательной



главы могут быть использованы следующие пакеты документов:

1. Отчеты маркетинговых исследований.
2. Бизнес-план предприятия (если такой составляется).
3. Данные Государственной статистической отчетности.
4. Материалы, представляемые в Государственную налоговую инспекцию.
5. Данные оперативного планирования и регулирования деятельности в динамике.

Кроме этого, для выполнения ВКР нужно использовать результаты, полученные путем проведения экспериментов, маркетинговых опросов, экспертных оценок и других приемов по собственной методике обучающегося.

Важной составляющей выполнения выпускной квалификационной работы является ее проверка научным руководителем на неправомерные заимствования - плагиат.

Плагиат определяют как использование в письменной работе чужого текста, опубликованного в бумажном или электронном виде, без полной ссылки или со ссылками, но когда объем и характер заимствований ставят под сомнение самостоятельность выполненной работы или одного из ее основных разделов. Плагиат может наблюдаться в двух видах:

- дословное изложение чужого текста;
- парафраза – изложение чужого текста с заменой слов и выражений без изменения содержания заимствованного текста.

Текст ВКР в обязательном порядке подлежит проверке научным руководителем в системе «Антиплагиат ВУЗ».

**Не менее чем за 2 недели до защиты ВКР** студент передает свою работу научному руководителю в электронной форме (в формате doc, rtf, txt) для проверки ее оригинальности в системе «Антиплагиат ВУЗ» ([rsue.antiplagiat.ru](http://rsue.antiplagiat.ru)).

Имя файлу с текстом ВКР присваивается следующим образом: год защиты пробел код профиля пробел ФИО студента полностью. Например: 2019 38030602 Иванов Иван Иванович.

Результаты и дата проверки отражается в отзыве научного руководителя. Обязательная итоговая оценка оригинальности текста ВКР бакалавра– **не менее**

**40%.** При неудовлетворительном результате проверки ВКР возвращается на доработку обучающемуся, а затем проходит повторную проверку не позднее, чем за 7 календарных дней до дня её защиты. Проверенные ВКР хранятся в системе [rsue.antiplagiat.ru](http://rsue.antiplagiat.ru) 5 лет, они могут быть выборочно подвергнуты повторной проверке.

Допущенные к защите ВКР подлежат, в обязательном порядке, размещению в ЭБС РГЭУ (РИНХ) **не позднее четырех дней до защиты.**

### **1.5 Использование программных продуктов в ВКР**

Целесообразность использования программных продуктов в процессе выполнения ВКР определяется в каждом конкретном случае в индивидуальном порядке. Решение этого вопроса согласовывается студентом с научным руководителем от кафедры.

Наиболее соответствующими тематике кафедры направлениями использования программных продуктов являются:

1. Проведение трудоемких вычислений и исследований методами статистики с использованием стандартных пакетов прикладных программ.

Студент самостоятельно может решить, в каком из разделов работы следуют поместить собранные материалы и их анализ.

Обычно материалы, связанные с доказательством необходимости использования программных продуктов, разработкой методических подходов к их решению, блок-схемы помещают в основных разделах. Соответственно, программу, распечатки выполнения программы желательно помещать в приложениях, на которые должны быть обязательные ссылки в основном тексте работы.

2. Разработка стратегического и тактического плана маркетинга, применение инструментария стратегического маркетинга для решения задач управления деятельностью предприятия.

3. Проведение многокритериального аудита маркетинга, SWOT-анализ, сравнительный анализ.

4. Планирование маркетинга: реализация GAP-анализа и стратегий Ансоффа, оценка риска и неопределенности.

5. Проведение анализа рынка:

- определение перспективных рыночных ниш;
- анализ конкурентоспособности товара;
- рекомендации по повышению конкурентоспособности товара;
- анализ рекламы, рекомендации по повышению ее эффективности;
- публик рилейшнз;
- стимулирование продаж.

6. Анализ конкурентов:

- степень присутствия конкурентов на рынке;
- сравнительный анализ по товару;
- сравнительный анализ рекламных кампаний.

7. Финансовое планирование деятельности:

- прогноз продаж;
- бюджет рекламы;
- сводный бюджет;
- подготовка бюджета затрат по продвижению продукции и контроль за его исполнением.

Реализация указанных пунктов предполагает использование пакетов прикладных программ: «Marketing Expert», «Marketing Analitik», «БЭСТ маркетинг», «Marketing Segmentation», «ABC Analysis», «SWOT Analysis», «ForExSal», «Positioning New Products», «Project Expert».

## 2. ОФОРМЛЕНИЕ ВКР

### 2.1 Общие требования

Немаловажное значение для защиты ВКР имеет правильное оформление и соблюдение всех требований в соответствии со стандартами. **Общий объем всей ВКР составляет порядка 70-80 страниц печатного текста.**

ВКР оформляется на русском языке. Помимо оформления текста ВКР на русском языке, допускается также ее оформление (полное или частичное) на иностранном языке (английском, немецком и французском) в форме дополнительного приложения.

Окончательный вариант выпускной квалификационной работы должен быть выполнен в компьютерном наборе на белой бумаге, на одной стороне, формата А 4 (210x297 мм). Допускается применение двойных листов формата А 3 (420x297 мм) для представления отдельных таблиц и иллюстрации. При брошюровке эти листы складываются.

Текст печатается 14 шрифтом Times New Roman, через 1,5 интервала с полями: левое - 3 см, правое - 1 см, верхнее и нижнее - 2 см. Абзацный отступ должен составлять 1,25 см, отступы строк и интервалы до и после абзаца должны быть равны нулю. Текст рамкой не очерчивается.

Текст и другие отпечатанные и вписанные элементы ВКР должны быть черными, контуры букв и знаков — четкими, без ореола и расплывающейся краски.

Все слова в тексте нужно писать полностью. Допускаются только общепринятые сокращения (например: и так далее -и т.д.; то есть - т. е.; смотри - см.) и сокращения, расшифровываемые в перечне сокращений, символов и специальных терминов.

По всему тексту не допускаются выделения подчеркиванием, курсивом, полужирным шрифтом или любыми другими способами.

Все страницы ВКР должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами. Номер страницы помещается в нижней части листа, располагаясь по центру без точки. Размер шрифта 11 с типом Times New Roman. Общей нумерации подвергается также титульный лист, но номер на нём не

проставляется. Нумеруются все страницы, начиная с введения, то есть указание страниц начинается не раньше 4-го номера.

Общим объемом работы, указываемым во введении, является количество страниц, начиная с титульного листа и заканчивая последним листом списка использованных источников (приложения в общий объем не считаются).

## **2.2 Выделение заголовков глав и параграфов и их размещение**

Каждая структурная часть ВКР начинается с новой страницы. «ВВЕДЕНИЕ», «НАЗВАНИЯ ГЛАВ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ» печатаются прописными (заглавными) буквами по центру строки, без подчеркивания; названия параграфов - строчными, начиная с заглавной буквы. Точка в конце названия не ставится. Параграфы не следует начинать с новой страницы. При написании их названий оставляют абзац после предыдущего текста и перед последующим.

Переносы слов в заголовках разделов и подразделов не допускаются.

Заголовки оформляются шрифтом Times New Roman 14 с выделением полужирным. Выравнивание заголовков производится по центру. Название главы отделяется от названия параграфа абзацным отступом, название параграфа от текста - также. (см. Приложение 10). Текста вне глав и параграфов быть не должно.

## **2.3 Иллюстрации**

Все иллюстрации, к которым относятся графики, диаграммы, схемы, рисунки, имеют сквозную нумерацию в пределах раздела и нумеруются арабскими цифрами. Все иллюстрации называются «рисунок».

На рисунки, расположенные в основной части ВКР, делается обязательная ссылка. Номер рисунка должен состоять из номера главы и порядкового номера рисунка, например, «Рисунок 1.3» (третий рисунок первой главы).

Текст в рисунках оформляется шрифтом Times New Roman.

Номер и название рисунка пишутся в одну строку, с выравниванием по центру. После номера рисунка ставится тире. Допускается отделение названия рисунка от последующего текста абзацным отступом. Пример оформления

представлен в Приложении 11.

Располагать иллюстрации надо так, чтобы было удобно их рассматривать: или без поворота работы или с поворотом по часовой стрелке.

## 2.4 Формулы

В тексте работы формулы размещаются на отдельной строке и нумеруются в пределах главы, то есть номер формулы состоит из номера главы и порядкового номера формулы, разделенных точкой и заключенных в круглые скобки. Его следует помещать справа на уровне нижней строки формулы, к которой он относится. После формулы ставится запятая и с новой строки после слова «где» идет расшифровка каждого обозначения. После слова "где" двоеточие не ставится. Формулы, следующие одна за другой и не разделенные текстом, отделяются запятой.

Формулы должны быть разборчивыми. Прописные и строчные буквы, надстрочные и подстрочные индексы в формулах должны обозначаться четко.

В расшифровке указывается единица измерения, отделенная запятой от текста расшифровки. Значение каждого символа дается с новой строки. Например: "...для расчета оборачиваемости используется следующая формула":

$$O_6 = C : \frac{P}{D}, \quad (3.1)$$

где  $O_6$  - оборачиваемость, дн.;

$C$  - средние остатки оборотных средств, тыс. руб.;

$P$  - сумма оборота по реализации, тыс. руб.;

$D$  - количество дней в периоде, дн.

После расшифровки каждого обозначения формулы ставится точка с запятой, а в последней расшифровке точка.

## 2.5 Таблицы

Цифровой материал, как правило, должен оформляться в виде таблиц. Цифровой материал, результаты расчетов и анализа, как правило, оформляются в виде таблиц, включаемых как в основную часть ВКР (с выравниванием по

центру), так и в приложения. На каждую таблицу в тексте должна быть сделана ссылка (например, «Данные таблицы 1.1 показывают..., Результаты расчетов представлены в таблице 1.2»).

Каждая таблица должна иметь подробное название (заглавие), где отражено ее основное содержание (см. Приложение 12).

Таблицы нумеруют последовательно арабскими цифрами в пределах главы. Номер таблицы составляет номер главы и порядковый номер таблицы, разделенные точкой, например, «Таблица 2.1».

Надпись «таблица» с указанием ее номера помещают над таблицей слева, далее ставится тире, после которого с заглавной буквы указывается название таблицы. Не допускаются перенос слов и подчеркивание заголовка таблицы. Точка в конце номера таблицы не ставится.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другую страницу. В этом случае над продолжением с выравниванием по правому краю пишут «Продолжение таблицы» и указывают ее порядковый номер.

После каждой таблицы необходимо указывать источник данных (публикацию, организацию, например, Росстат, базу данных), исключая оригинальные данные, источник которых описан в начале работы. Источник данных, приведенных в таблице, указывается сразу под ней более мелким шрифтом (10 или 9).

В таблице не должно быть незаполненных граф и/или строк. При отсутствии данных в соответствующей графе и/или строке ставится прочерк. Повторяющийся текст в графе таблицы допускается заменять кавычками, если текст состоит из одного слова. Если же текст состоит из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словом "То же", а далее - кавычками.

Строка с нумерацией граф таблицы арабскими цифрами необходима в том случае, если в тексте имеются ссылки на ее графы.

При большом количестве таблиц часть из них следует оформлять в виде приложений.

В заголовке таблицы желательно указывать начальный и конечный период времени, за который приводятся данные. Единица измерения в таблицах

обязательна. В зависимости от содержания текста указывать ее можно либо непосредственно в названии таблицы, либо в соответствующих графах, либо самостоятельной графой в таблице. Варианты размещения единицы измерения представлены в образцах оформления таблиц. Единицу измерения (сокращенно или символом), если она едина для всех показателей таблицы, отделяют от названия заголовка запятой. Если единицы измерения в таблице разные, то выделяется для них отдельная графа (колонка).

Нельзя заголовков таблицы и ее "шапку" помещать на одной странице текста, а форму - на следующей странице. "Шапка" таблицы и ее форма должны быть полностью расположены на одной стороне листа.

В аналитических таблицах, где используется фактический материал за несколько лет, годы указываются цифрами, а не словами "отчетный", "плановый" и т.п. Если в таблице приводятся данные за один год, то он указывается в заголовке.

Таблицу, также как и иллюстрацию, размещают после первого упоминания о ней в тексте, если она занимает объем менее 1/2 страницы. Таблицы, выполненные на отдельном листе или нескольких листах, помещают в раздел "ПРИЛОЖЕНИЯ", чтобы не загромождать текст работы.

Если таблица не может поместиться на странице текста, где на нее делается ссылка, то в этом случае таблицу можно переносить на следующую страницу после текста. При этом на текстовой странице в ссылке указывается номер страницы, где расположена таблица. Чтобы не было пустой незаполненной части на текстовой странице в связи с вынесением таблицы на соседнюю страницу, на этом пробеле может располагаться очередной текстовой материал.

При оформлении таблицы следует соблюдать размеры полей, предусмотренные для ВКР.

## **2.6 Оформление ссылок**

По ходу изложения материала студент должен использовать библиографические ссылки (сноски), которые представляют собой



библиографическое описание источников цитат, заимствований, а также произведений печати, рекомендуемых читателю. Библиографические ссылки рекомендуются при цитировании; при заимствовании положений, формул, таблиц, иллюстраций и т. п., при анализе опубликованных трудов, при необходимости отослать читателя к изданию, где вопрос изложен более полно.

Ссылки в тексте работы на использованные источники оформляются:

- 1) в виде подстрочных примечаний;
- 2) указанием порядкового номера источника, выделенного по списку использованной литературы двумя квадратными скобками.

В первом случае, при использовании в тексте цитат или цифровых данных в конце соответствующего предложения ставится цифра с точкой без скобки, смещенная по высоте вверх на половину строки. Нумерация ссылок является сквозной только для данной страницы. В конце страницы, под чертой длиной в одну четверть ее рабочего поля дается сноска с полной характеристикой источника информации и указанием страницы, на которой помещена цитата или соответствующий цифровой материал. Требование об оставлении свободного поля внизу страницы (20 мм) должно соблюдаться и в этом случае.

Перенос текста ссылки на следующую страницу нежелателен. Если подряд даются две ссылки на один и тот же источник, то во второй ссылке делается запись «Там же» и указывается номер страницы источника. Характеристика источника дается такая же, как и при составлении списка информационных источников, но без указания общего объема страниц.

Во втором случае в конце предложения, в котором цитируемая работа упоминается, ставится в квадратных скобках номер, под которым данная работа включена в список информационных источников и после запятой буква «с» с точкой и номер страницы. Например: "...в связи с отсутствием процесса производства, предприятия сферы обращения имеют более простую организацию бухгалтерского учета" [27, с. 114].

При ссылках на материалы собственной работы в тексте делаются записи типа:

«Как было показано в разделе 2 настоящей работы»;

«Из таблицы 3.5 следует...», и т. п.; или после окончания предложения в круглых скобках может быть указано: «см. рис. 2.6».

Пример оформления страницы работы со ссылками (см. Приложение 13).

## **2.7 Оформление титульного листа**

Титульный лист ВКР оформляется в строгом соответствии с образцом, приведенным в Приложении 4.

Перенос слов на титульном листе не разрешается и точка в конце заголовков и названий не ставится.

В самом нижнем поле титульного листа по центру указывается место (город) выполнения работы и год ее завершения.

## **2.8 Оформление Содержания ВКР**

Наименования заголовков глав, параграфов и других частей ВКР в тексте и в оглавлении должны полностью совпадать.

Все нумеруемые разделы и подразделы ВКР даются в оглавлении с указанием соответствующих страниц.

Пример оформления «Содержания» (см. Приложение 7).

## **2.9 Оформление списка использованных источников**

Список должен содержать перечень всех источников, которые использовались по выбранной теме выпускной квалификационной работы.

К источникам относятся:

- нормативные правовые акты (Конституция РФ, Кодексы и Федеральные законы РФ, Указы Президента РФ, Постановления Правительства РФ, Акты федеральных органов исполнительной власти, технические регламенты и стандарты, правила, инструкции, и т.д.)

- литература, в том числе на иностранных языках (учебники, учебные пособия, монографии, сборники, многотомные издания, статьи из периодических изданий и сборников, рецензии, авторефераты диссертаций, в том числе на электронных носителях).

- ресурсы Интернет.

Список использованных источников должен включать не менее 30 источников, в том числе не менее 20 источников литературы.

Последовательность, по которой формируется список, сначала нормативные акты, затем печатная литература, в том числе периодическая, и затем электронные ресурсы сети интернет.

В подразделе «Литература» и «Ресурсы Интернет» используемые источники располагаются в алфавитном порядке. Данные подразделы не выделяются. Список использованных источников имеет единую сквозную нумерацию, охватывающую все подразделы.

В подразделе «Ресурсы Интернет» при составлении ссылок на электронные ресурсы следует указывать обозначение материалов для электронных ресурсов: [Электронный ресурс].

Библиографические записи в списке литературы оформляют согласно ГОСТ 7.1 и ГОСТ 7.82.

Пример оформления списка используемых источников по теме выпускной квалификационной работы представлены в Приложении 8.

## **2.10 Оформление приложений**

В приложения следует включать вспомогательные или объемные материалы, которые при изложении в основной части загромождают текст работы.

Приложения помещаются после списка использованных источников и оформляются как продолжение работы с последующим указанием страниц (сквозная нумерация). Приложения располагаются в порядке появления на них ссылок в тексте.

Приложения включают таблицы, графики, диаграммы, схемы и иные иллюстрации; вспомогательные и объемные материалы к основной текстовой части работы; расчеты, выполненные с помощью вычислительной техники.

Каждое приложение должно иметь название и начинаться с нового листа, в правом верхнем углу которого пишется слово «Приложение» и номер,

обозначенный арабской цифрой (без кавычек и знака №).

Название располагается на следующей строке, с выравниванием от центра. Если приложение занимает несколько листов, то, например, слово «Приложение 1» указывается на его первом листе, а на остальных листах данного приложения пишется «Продолжение приложения 1».

В текстовой части ссылки на приложение даются по типу: "... в приложении 2" или (приложение 2).

### **2.11 Оформление последнего листа ВКР**

На последнем (новом, после всех приложений) листе ВКР указывается:

Выпускная квалификационная работа выполнена мною самостоятельно. Все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

На его обратной стороне в левом верхнем углу от руки делается запись «*В выпускной квалификационной работе пронумеровано \_\_\_ страниц*», которая завершается подписью студента, и указывается дата.

Количество листов указывается, включая приложения, то есть по всей нумерации, последний лист не учитывается.

ВКР должна быть переплетена в твердую обложку с наклеенной этикеткой. Недопустимо менять размер этикетки (9 см х 4,5 см) из образца. Этикетка наклеивается в правый верхний угол встык к краю. Недопустимо использование других образцов этикетки. Образец этикетки представлен в Приложении 15.

### **2.12 Оформление иллюстративного материала на защиту ВКР**

На защиту ВКР должен быть представлен иллюстративный графический материал (раздаточный материал выполняется на отдельных листах с титульным листом) (Приложение 9).

Обязательной при защите является электронная презентация в PowerPoint.

### **2.13 Отзыв научного руководителя на ВКР**

На полностью выполненный, оформленный и подписанный автором с указанием даты окончания работы ВКР со всеми требуемыми приложениями и графическим материалом составляется «Отзыв» руководителя (Приложение 5).

В «Отзыве» освещается актуальность темы, цели и задачи, поставленные перед выпускником и степень их выполнения, дополнительно дается характеристика работы студента над ВКР (соответствие календарному графику, самостоятельность, ответственность студента и т.п.). Обязательным атрибутом отзыва научного руководителя является заключение о соответствии ВКР требованиям Высшей школы по содержанию и оформлению и допуске к защите в ГЭК.

Обязательным пунктом отзыва руководителя является указание % оригинальности текста и даты проверки текста ВКР в системе «Антиплагиат ВУЗ». Одновременно с написанием «Отзыва», руководитель ВКР расписывается на титульном листе ВКР.

### **2.14 Получение справки (акта) об использовании результатов ВКР**

Студент может получить в организации, по материалам которой писалась ВКР, «Справку (акт)» о практическом использовании результатов выполненной работы.

Практическим использованием может считаться:

- реализация или включение в планы конкретных маркетинговых мероприятий, разработанных и предложенных к использованию разработок;
- принятие проектов к обсуждению, утверждение, практическое использование стандартов предприятия, инструкций, методических указаний, методик расчета, новых форм документов, схем документов оборота и обработки информации, разработанных в ВКР;
- реализация выявленных резервов увеличения объемов выпуска продукции, снижения ее себестоимости, роста производительности, повышения

прибыльности, расширения рынков сбыта и т. п.;

- разработка и обоснование коррекции маркетинговых стратегий.

При этом могут указываться конкретные цифровые параметры достигнутого эффекта.

«Справка (акт)» об использовании результатов ВКР должна быть выполнена на фирменном бланке и подписана руководителем предприятия, а также заверена круглой печатью предприятия (Приложение 6).

### 3. ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ ВКР

В соответствии с календарным графиком студент за 5 дней до назначенного срока защиты передает ВКР на кафедру.

На основании ознакомления с ВКР заведующий выпускающей кафедры принимает решение о допуске ее к защите и подписывает титульный лист работы.

Вопрос о недопуске ВКР к защите должен рассматриваться на заседании кафедры в присутствии научного руководителя и обучающегося. Решение кафедры о недопуске к защите согласовывается с деканом факультета и подлежит утверждению ректором РГЭУ (РИНХ).

Защита ВКР проводится каждым обучающимся перед Государственной экзаменационной комиссией. На защите имеют право присутствовать все желающие.

Перед защитой ВКР председатель ГЭК объявляет присутствующим фамилию, имя, отчество обучающегося, тему ВКР и предоставляет слово для доклада.

Доклад должен продолжаться не более 5 минут и содержать:

- актуальность, цель и задачи работы;
- краткую характеристику объекта исследования;
- основное содержание каждого раздела работы;
- основные выводы и предложения с оценкой их эффективности;
- возможности практического использования результатов;
- предложения по дальнейшему развитию и углублению исследования.

Доклад рекомендуется начинать словами: «Уважаемый председатель! Уважаемые члены Государственной экзаменационной комиссии! Уважаемые присутствующие! Вашему вниманию предлагается ВКР на тему «...», а заканчивать словами: «Доклад окончен. Благодарю за внимание».

После доклада студент коротко, четко и доказательно отвечает на вопросы по работе, которые могут задавать как члены ГЭК, так и другие присутствующие. При ответе на вопросы защищающийся имеет право пользоваться своей ВКР.

После совещания ГЭК при закрытых дверях, председатель ГЭК в присутствии заинтересованных лиц зачитывает решение о результатах защиты ВКР, полученных оценках и о присвоении успешно защитившимся квалификации «бакалавр» по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

Студент, получивший при защите ВКР неудовлетворительную оценку, отчисляется из вуза. В этом случае ему вместо диплома выдается академическая справка установленного образца.



## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Заведующему кафедрой

\_\_\_\_\_

*наименование кафедры в родительном падеже*  
*ученая степень, ученое звание* *Фамилия И.О.*

обучающегося группы \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

*ФИО обучающегося полностью*

## ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить тему выпускной квалификационной работы (из перечня, предложенного Университетом): « \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_».

Прошу утвердить самостоятельно определенную тему выпускной квалификационной работы: « \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_».

Место прохождения преддипломной практики: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Руководителем выпускной квалификационной работы прошу назначить \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

*уч. степень, звание, Ф. И. О. полностью*

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_

*подпись обучающегося*

"СОГЛАСОВАНО"  
 Руководитель ВКР

*подпись*

*И.О.Фамилия*

"В ПРИКАЗ"  
 Заведующий кафедрой

*подпись*

*И.О.Фамилия*

ОБРАЗЕЦ ЗАЯВКИ ПРЕДПРИЯТИЯ  
(ВЫПОЛНЯЕТСЯ НА ФИРМЕННОМ БЛАНКЕ)

Исх. № \_\_\_\_\_  
от “ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.

Ректору РГЭУ (РИНХ)  
проф. Макаренко Е.Н.

Просим Вас разрешить студенту \_\_\_ курса факультета Торгового дела Иванову И.И. выполнение ВКР на тему: «Формирование ценовой стратегии и политики предприятия (на примере \_\_\_\_\_)».

Разработка данной темы имеет практический интерес и ее результаты найдут применение в деятельности фирмы.

Необходимые отчетно-статистические материалы для написания ВКР студенту Иванову И.И. будут представлены.

Генеральный директор

А.В. Горин

МП

ФГБОУ ВО «РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)»

Наименование факультета (филиала)

Наименование кафедры

«УТВЕРЖДАЮ»

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

*ученая степень, ученое звание*

*Фамилия И.О.*

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ЗАДАНИЕ**

**на выполнение выпускной квалификационной работы**

Обучающегося \_\_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_  
Ф. И. О.

1. Тема выпускной квалификационной работы:

\_\_\_\_\_.

2. Срок сдачи студентом законченной ВКР на кафедру «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

3. Исходные данные для ВКР

\_\_\_\_\_ указать название и местонахождение организации, на материалах которой подготовлена работа

4. Структура ВКР

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

Дата выдачи задания «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель ВКР

\_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_  
подпись      Ф. И. О.

Задание к исполнению принял \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_  
подпись      Ф.И.О. обучающегося

**ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА ВКР**

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)

**Наименование факультета (филиала)**

**Наименование кафедры**

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

*ученая степень, ученое звание* *Фамилия И.О.*

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

**на тему:**

**«ТЕМА ВКР В СООТВЕТСТВИИ С ПРИКАЗОМ»**

Выполнил

студент группы № группы

*подпись*

*И.О.Фамилия*

Направление

*код и наименование направления*

Направленность

*код и наименование профиля (специализации)*

Руководитель выпускной  
квалификационной работы

*ученая степень, звание,  
должность*

*подпись*

*И.О.Фамилия*

**Ростов-на-Дону, 20\_\_**

**ОТЗЫВ**  
**руководителя выпускной квалификационной работы обучающегося**

\_\_\_\_\_

*(фамилия, имя, отчество, группа)*

**Направление подготовки (специальность):** \_\_\_\_\_

**Направленность:**

**Тема ВКР:**

**Актуальность работы.**

**Отмеченные достоинства.**

**Отмеченные недостатки.**

Работа проверена на наличие заимствований с помощью системы «Антиплагиат ВУЗ».

Дата проверки «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

По результатам проверки итоговая оценка оригинальности составляет \_\_\_\_\_ %.

Заимствования объясняются следующими причинами<sup>1</sup>:

**Заключение:**

Руководитель ВКР \_\_\_\_\_  
*(ученая степень, ученое звание, И.О. Фамилия)*

Подпись \_\_\_\_\_ «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

С отзывом ознакомлен \_\_\_\_\_

Студент: \_\_\_\_\_ (И.О. Фамилия), «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

<sup>1</sup> Указываются, если итоговая оценка оригинальности не соответствует установленным значениям.

(ВЫПОЛНЯЕТСЯ НА ФИРМЕННОМ БЛАНКЕ)

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Исх. № \_\_\_\_\_  
от “\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Ректору РГЭУ (РИНХ)  
проф. Макаренко Е.Н

**СПРАВКА (АКТ)**

**о внедрении**

Довожу до Вашего сведения, что ВКР студента Щеглова Александра Викторовича на тему: «Маркетинг в деятельности предприятия розничной торговли (на примере ООО «Норд Сервис»)), выполненная под руководством к.э.н., доц. Иванченко О.В., была рассмотрена руководством компании.

Данная работа актуальна для ООО «Норд Сервис», разработанные автором рекомендации по совершенствованию стимулирования продаж, повышению эффективности разработки и реализации ассортиментной политики, совершенствованию атмосферы предприятия розничной торговли будут использованы в практической деятельности фирмы.

Генеральный директор \_\_\_\_\_

Ф.И.О.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ	7
1.1 Необходимость и сущность планирования в современных условиях	7
1.2 Структура, содержание и требования к разработке бизнес-плана	15
1.3 Подходы к формированию структуры и содержанию статей плана маркетинга	22
2. АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «САЛЮТ»	30
2.1 Направления и основные показатели деятельности предприятия	30
2.2 Организация и управление сбытом молочной продукции	38
2.3 Деятельность по продвижению молочной продукции	45
3. ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ПЛАНА МАРКЕТИНГА ОАО «САЛЮТ»	52
3.1 Стратегия ОАО «Салют» на рынке молочной продукции	52
3.2 Основные элементы плана маркетинга ОАО «Салют»	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	72
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	76
ПРИЛОЖЕНИЯ	80



## ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ СПИСКА ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Российская Федерация. Конституция (1993). Конституция Российской Федерации [Текст]: офиц. текст. - М.: Маркетинг, 2001. – 39с.
2. Бронникова, Тамара Семеновна. Маркетинг: теория, методика, практика [Текст] : учеб. пособие по спец. "Менеджмент организации" / Т. С. Бронникова. 2-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРУС, 2010. - 208 с.
3. Игошина, Ю.А. Содержание управленческой отчетности и этапы ее постановки/ Ю.А. Игошина // Вестник НГИЭИ. – 2012. – № 7. – С. 13-28.
4. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования [Текст] : учеб. пособие по спец. "Маркетинг" / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. - М. : Вуз. учеб. : ИНФРА-М, 2011. - 439 с.
5. Костоглодов Д. Д., Бондаренко В. А. Маркетинг [Текст] : учеб. пособие; Рост. гос. экон. ун-т (РИНХ). - Ростов н/Д : Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2013. - 317 с.
6. Пономарева А.М., Пономарев А.И. Теоретические основы маркетинг-менеджмента креативной организации // Экономические и гуманитарные науки (Госуниверситет УНПК). – 2012. - № 4 (243). - С. 117-127.
7. Миронова, О.А. Развитие бухгалтерского учета и его методологического инструментария в современных условиях [Электронный ресурс] / О.А. Миронова, Н.Д. Дмитракова // Экономические науки. – 2012. – №4(89). – Режим доступа: <http://ecs№.ru/articles/i№dex/201204>. (дата обращения: 28.01.2020г.)
8. Романов, А. А. Рекламный менеджмент. Учебник [Электронный ресурс]: практическое пособие. - М.: Евразийский открытый институт, 2010. - 431 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90770> (дата обращения: 28.01.2020г.)

*Список использованных источников должен включать не менее 30 источников, в том числе не менее 20 источников литературы.*

*Последовательность: нормативные акты, затем печатная литература, затем электронные ресурсы сети Интернет.*

# **ИЛЛЮСТРАТИВНЫЙ МАТЕРИАЛ**

**К ВКР**

**Щеглова Александра Викторовича**

**НА ТЕМУ: *МАРКЕТИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ***

***ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ***

***(НА ПРИМЕРЕ ООО «НОРД СЕРВИС»)***

Научный руководитель  
д.э.н., профессор

Иванов  
Иван Иванович

**ОФОРМЛЕНИЕ ЗАГОЛОВКОВ ГЛАВ И ПАРАГРАФОВ****1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ  
НА ЭТАПЕ ВНЕДРЕНИЯ ТОВАРА НА РЫНОК****1.1 Особенности применения маркетинга на начальном этапе жизненного  
цикла товара**

Текст параграфа....

## ПРИЛОЖЕНИЕ 11

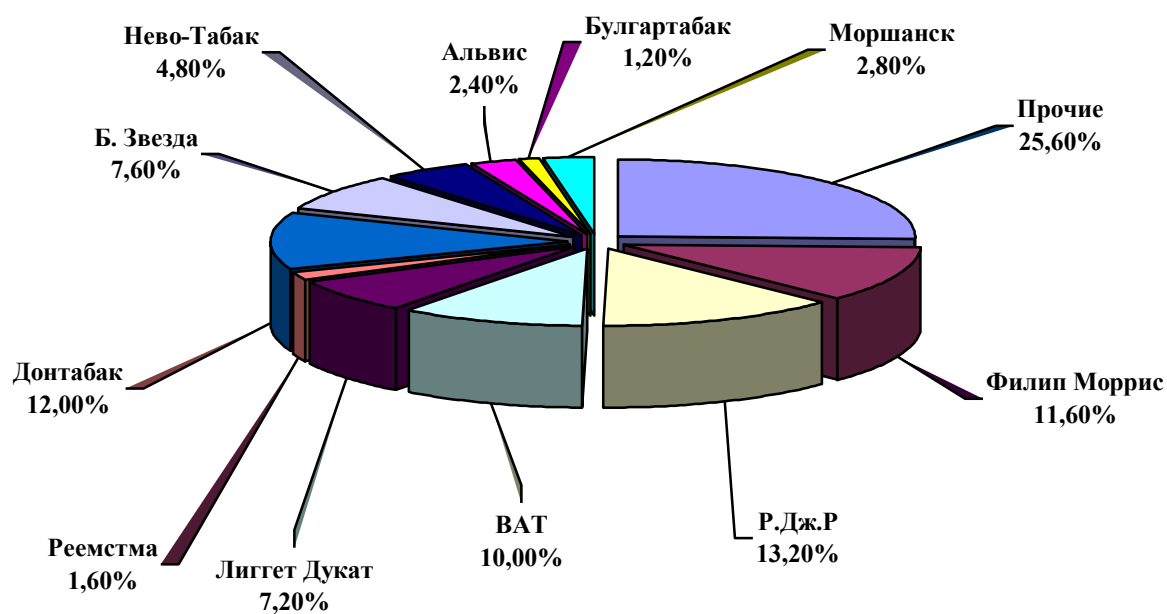
ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА –  
КРУГОВАЯ ДИАГРАММА

Рисунок 2.3 - Структура рынка табачных изделий в России в разрезе производителей в 2019г.

Текст параграфа.....

## ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ТАБЛИЦЫ

Таблица 2.1 - Динамика основных показателей магазина «Эксквизит» за 2017-2018гг.

Показатели	2017г.	2018 г.		Отклонения +,-		Темпы изменений, %	
		План	Факт	к 2017 г.	к плану	к 2017 г.	к плану
Товарооборот, руб.	2818062	3050640	3097408	+239346	+46768	+9,9	+1,5
Среднесписочная численность работающих, чел.	6	6	6	-	-	-	-
Фонд заработной платы, руб.	44496	49363	54238	+9742	+4875	+21,8	+9,8
Производительность труда, руб./чел.	46967,7	50844,0	516234,7	+46557,7	+7794,7	9,9	+1,5
Среднемесячная заработная плата, руб.	618,0	685,6	753,3	+67,6	+67,7	+10,9	9,9

Источник данных: ООО «Эксквизит»

## ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИХ ССЫЛОК

1) В настоящее время многие исследователи [1,12,23] отмечают, что в последние годы акцент в маркетинге сместился с рыночных сделок на управление отношениями.

2) Так, например, Голубков Е.П. определяет маркетинг как «комплексное использование совокупности определенных научных методов и практических приемов решения проблем установления взаимовыгодных отношений между субъектами обменных процессов в различных сферах деятельности общества, способствующих достижению целей всех участников данного процесса»<sup>2</sup>

3) В современной экономике главным фактором, определяющим успех предприятия, является его способность понять системы предпочтений клиента. «Для реализации этой цели производитель устанавливает диалоговые отношения со своими клиентами и становится для них консультантом» [15, с.24].

---

<sup>2</sup> Голубков, Е.П. О некоторых основополагающих понятиях маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом.-2005.-№1.-С.16

**Примерная тематика выпускных квалификационных работ**

1. Совершенствование рекламной деятельности торгового предприятия.
2. Маркетинговая политика повышения конкурентоспособности торгового предприятия на региональном рынке \_\_\_\_\_.
3. Совершенствование политики ценообразования с позиций маркетинга.
4. Рационализация управления маркетингом торгового предприятия.
5. Совершенствование работы торгового предприятия с использованием маркетинговых информационных технологий.
6. Совершенствование организации и планирования сбытовой работы предприятий оптовой торговли.
7. Оптимизация структуры маркетинговой службы торгового предприятия.
8. Проблемы совершенствования организации службы маркетинга на торговом предприятии.
9. Организация и методика разработки плана маркетинга в бизнес-плане торгового предприятия.
10. Разработка плана маркетинга торгового предприятия.
11. Формирование и анализ исполнения бюджета маркетинга.
12. Формирование маркетинговой стратегии торгового предприятия.
13. Маркетинговый анализ процесса товародвижения.
14. Формирование ассортиментной политики торгового предприятия.
15. Маркетинговые инструменты повышения конкурентоспособности торгового предприятия в условиях неустойчивой конъюнктуры рынка.
16. Оценка конкурентоспособности предприятия сетевого ритейла на внутреннем и внешнем рынках.
17. Разработка программы маркетинга по новому продукту.
18. Разработка и выведение на рынок нового продукта: маркетинговый аспект.
19. Разработка и реализация политики продаж предприятия в нестабильной экономической среде.
20. Организация и планирование продвижения товаров на рынок.
21. Организация сервиса как составляющая сбытовой деятельности предприятия оптовой торговли.
22. Применение маркетинговой логистики в деятельности торгового предприятия.
23. Формирование программы продвижения товаров и услуг торгового предприятия.
24. Разработка маркетинговых стратегий для различных сегментов рынка.
25. Использование инструментов сетевого маркетинга в продвижении продукции на рынок.
26. Использование интернет-технологий в маркетинговой деятельности фирмы.
27. Разработка маркетинговых стратегий предприятия сферы оптовой (розничной) торговли.
28. Инструменты стратегического и операционного маркетинга в реализации новых товарных групп.

29. Разработка плана проведения рекламной кампании торгового предприятия.
30. Разработка и внедрение стандартов мерчандайзинга в розничной торговой сети.
31. Разработка программы организации управления торговым предприятием на основе маркетинговых исследований.
32. Качество как инструмент формирования и сохранения лояльности клиентов.
33. Алгоритмизация процесса управления продажами в розничной торговле.
34. Продвижение имиджа торгового предприятия на рынке.
35. Формирование конкурентоспособной маркетинговой стратегии торгового предприятия.
36. Разработка стратегии маркетинга на основе конкурентного анализа.
37. Формирование продуктовой политики в розничной торговой сети.
38. Активизация PR-технологий в системе маркетинговых коммуникаций торгового предприятия.
39. Формирование организационной структуры управления маркетинг-ориентированного торгового предприятия.
40. Разработка стратегии и тактики продвижения торгового предприятия на национальный (региональный, внешний) рынок.
41. Маркетинговые исследования потребительского поведения покупателей продукции.
42. Маркетинговое обоснование инвестиционного проекта торгового предприятия.
43. Использование мерчандайзинга в управлении розничными продажами.
44. Разработка алгоритмов проведения маркетинговых исследований на рынке \_\_\_\_\_.
45. Маркетинговые аспекты обеспечения системы эффективной дистрибуции \_\_\_\_\_ на рынок \_\_\_\_\_.
46. Маркетинговое обеспечение программы развития франчайзинга магазинов \_\_\_\_\_.
47. Актуализация использования приемов мерчандайзинга в организации торговли потребительскими товарами.
48. Разработка программы повышения потребительской лояльности.



**Образец оформления этикетки ВКР**

<p style="text-align: center;"><b>ФГБОУ ВО РГЭУ (РИНХ)</b> <b>Факультет</b> <b>Фамилия И.О.</b></p> <p><b>Тема:</b>« _____ _____ _____»</p> <p style="text-align: center;">Ростов-на-Дону, 20__ г.</p>
--

Размеры этикетки: 9,5 см х 5 см  
Этикетка приклеивается в правом верхнем углу.

УЧЕБНОЕ ИЗДАНИЕ

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

по выполнению, оформлению и защите выпускных квалификационных работ  
для обучающихся по направлению 38.03.06 «Торговое дело»  
профиль 38.03.06.02 «Маркетинг в торговле»

*Иванченко Олеся Валерьевна*

*Бондаренко Виктория Андреевна*