

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права»
Кафедра маркетинга

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
к выполнению выпускной квалификационной работы
(бакалаврской работы)

для студентов направления 080200 Менеджмент

профиля «Маркетинг»

Иркутск
Издательство БГУЭП
2014

УДК 378.14(075.8)
ББК 74.480.2я7
Авторский знак М54

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Байкальского государственного университета экономики и права

Составитель: д.э.н., проф. Н.В. Полякова

Авторский знак Методические указания к выполнению выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы) для студентов направления 080200 Менеджмент профиля «Маркетинг» / сост. Н.В. Полякова. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2014. – 34 с.

Методические указания составлены на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования направления бакалавриата 080200 Менеджмент, утвержденного 2000__ г., Положения «О государственной итоговой аттестации выпускников, завершающих обучение по основным образовательным программам в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами в ФГБОУ ВПО «БГУЭП» от «__» _____ 201__ г., Положения «О выпускных квалификационных работах в ФГБОУ ВПО «БГУЭП» от 03 марта 2014г.

Содержат требования к выпускной квалификационной работе, описание процесса ее подготовки и защиты. Предназначены для студентов очной и заочной форм обучения.

ББК 74.480.2я7
© Издательство БГУЭП, 2014

Оглавление

1. Выпускная квалификационная работа: общие положения.....	4
2. Тематика выпускных квалификационных работ	8
3. Организация выполнения выпускной квалификационной работы	9
4. Общие требования к выпускной квалификационной работе	11
5. Требования к содержанию структурных элементов выпускной квалификационной работы.....	12
5.1. Титульный лист.....	12
5.2. Задание и календарный план.....	13
5.3. Реферат	13
5.4. Оглавление	14
5.5. Введение	14
5.6. Основная содержательная часть	14
5.7. Заключение.....	15
5.8. Список использованной литературы	15
5.9. Приложения.....	15
6. Оформление выпускной квалификационной работы	16
7. Подготовка выпускной квалификационной работы к защите.....	21
8. Процедура защиты выпускной квалификационной работы	22
9. Критерии оценки выпускной квалификационной работы и процедуры ее защиты.....	23
Приложения	24
Приложение 1. Примерная тематика ВКР.....	24
Приложение 2. Шаблон заявления студента	27
Приложение 3. Шаблон задания на ВКР	28
Приложение 4. Шаблон титульного листа ВКР (далее по старой метод)	29
Приложение 5. Титульный лист иллюстративных материалов	30
Приложение 6. Примерная форма отзыва на выпускную квалификационную работу	31
Приложение 7. Примеры оформления списка источников	32

1. Выпускная квалификационная работа: общие положения

Выпускная квалификационная работа (ВКР) бакалавра (бакалаврская работа) является завершающим этапом учебы студента: теоретического обучения и преддипломной практики. Подготовка выпускной квалификационной работы развивает профессионализм и самостоятельность студента.

Выпускная квалификационная работа бакалавра (бакалаврская работа) представляет собой законченное исследование на заданную тему в области маркетинга и рекламного бизнеса и содержит как теоретические, так и практические элементы, демонстрирующее владение общекультурными и профессиональными компетенциями в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта.

Защита бакалаврской работы является формой государственной итоговой аттестации выпускников.

Основными задачами выполнения бакалаврской работы являются:

- систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по специальности и применение их при решении конкретных профессиональных задач;
- развитие навыков ведения самостоятельной работы, овладение методами исследований;
- развитие умения логично, грамотно и аргументировано излагать результаты теоретического и прикладного исследования;
- активное участие в развитии практики маркетинговой работы.

Бакалаврская работа, представленная в Государственную аттестационную комиссию, должна соответствовать квалификационным требованиям государственного образовательного стандарта и демонстрировать сформированные у студента следующие общекультурные и профессиональные компетенции:

- знание базовых ценностей мировой культуры и готовностью опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии (ОК-1);
- знание и понимание законов развития природы, общества и мышления и умением оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности (ОК-2);
- способность занимать активную гражданскую позицию (ОК-3);
- умение анализировать и оценивать исторические события и процессы (ОК-4);
- владение культурой мышления, способность к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-5);

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-7);
- способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-8);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-9);
- стремиться к личностному и профессиональному саморазвитию (ОК-10);
- умение критически оценивать личные достоинства и недостатки (ОК-11);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-12);
- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-13);
- владение одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность (ОК-14);
- владение методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-15);
- понимание роли и значения информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономики (ОК-16);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-17);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ОК-18);
- способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации и т.д. (ОК-19);
- способность учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (ОК-20);
- владение основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-21);
- способность придерживаться этических ценностей и здорового образа жизни (ОК-22);
- знание основных этапов эволюции управленческой мысли (ПК-1);
- способность проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования (ПК-2);
- готовность к разработке процедур и методов контроля (ПК-3);

- способность использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач (ПК-4);
- способность эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК-5);
- владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций (ПК-6);
- способность к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций (ПК-7);
- способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8);
- способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-9);
- способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10);
- способность использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала (ПК-11);
- способность оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании (ПК-12);
- способность участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-13);
- владение современными технологиями управления персоналом (ПК-14);
- готовность участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента (ПК-15);
- способность учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16);
- готовность участвовать в реализации программы организационных изменений, способность преодолевать локальное сопротивление негативным изменениям (ПК-17);
- владение методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ПК-18);
- способность планировать операционную (производственную) деятельность организаций (ПК-19);
- владение методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения (ПК-20);

- готовность участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций (ПК-21);
- знание современных концепций организации операционной деятельности и готовностью к их применению (ПК-22);
- знание современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности (ПК-23);
- способность решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-24);
- знакомство с основами кросскультурных отношений в менеджменте, способностью эффективно выполнять свои функции в кросскультурной среде (ПК-25);
- способность к экономическому образу мышления (ПК-26);
- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления (ПК-27);
- понимание основных мотивов и механизмов принятия решений органами государственного регулирования (ПК-28);
- способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);
- знание экономических основ поведения организаций, различных структур рынков и способность проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);
- умение применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (ПК-31);
- способность выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления (ПК-32);
- владение средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления (ПК-33);
- владение методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы (ПК-34);
- умение моделировать бизнес-процессы и знакомством с методами их реорганизации (ПК-35);
- умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте (ПК-36);
- умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-37);

- способность применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации (ПК-38);
- владение навыками составления финансовой отчетности и осознанием влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации (ПК-39);
- способность анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения (ПК-40);
- способность оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат; иметь навыки калькулирования и анализа себестоимости продукции и способностью принимать обоснованные управленческие решения на основе данных управленческого учета (ПК-41);
- способность проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений (ПК-42);
- способность проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования (ПК-43);
- способность обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования (ПК-44);
- владение техниками финансового планирования и прогнозирования (ПК-45);
- понимание роли финансовых рынков и институтов, способностью к анализу различных финансовых инструментов (ПК-46);
- способность проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений (ПК-47);
- умение находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею (ПК-48);
- способность разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-49);
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

2. Тематика выпускных квалификационных работ

Тематика выпускных квалификационных работ и порядок закрепления их за студентами определяется и проводится выпускающей кафедрой на основании Положения «О государственной итоговой аттестации выпускников, завершающих обучение по основным образовательным программам в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами в ФГБОУ ВПО «БГУЭП» и в соответствии с квалификационными требованиями Государственного образовательного стандарта по направлению Менеджмент.

Тема выпускной квалификационной работы должна быть актуальной, представлять практический интерес и быть направленной на решение задач менеджмента, маркетинга и рекламного бизнеса какой-либо фирмы (организации), а также соответствовать научным и/или практическим интересам выпускника.

Выбор темы определяется актуальностью и возможностью выполнения работы на основе материалов и практического опыта фирмы (организации). Бакалаврская работа должна соответствовать состоянию и перспективам развития менеджмента, маркетинга, рекламного бизнеса и решать конкретные задачи, стоящие перед фирмой (организацией).

В Приложении 1 представлена примерная тематика выпускных работ, составленная с учетом требований государственного стандарта и многолетнего опыта выпускающей кафедры по подготовке маркетологов.

Представленная в приложении тематика не ограничивает выбор студентов. Во-первых, бакалаврская работа может выполняться по заявке фирмы (организации), и тема в этом случае определяется ее маркетинговыми проблемами. Во-вторых, студент может предложить свою тему, сформировавшуюся в процессе самостоятельной работы в ходе обучения и отражающую его научные интересы. Здесь тема бакалаврской работы становится логическим продолжением изученных студентом проблем в процессе подготовки курсовых работ, рефератов, прохождения практики и другой деятельности в каких-либо фирмах (организациях).

В любом случае при выборе темы будущей выпускной работы студент советуется со своим руководителем либо с заведующим кафедрой маркетинга.

Не разрешается выполнять выпускные работы на одну и ту же тему, а также по материалам одних и тех же источников за один и тот же период времени двум и более студентам.

Формулировка темы должна отвечать общим требованиям:

- краткость. Количество слов, по возможности, не должно превышать 7. Если тему невозможно сформулировать кратко, то часть ее лучше представить в подзаголовке, т.е. в скобках, например, «Совершенствование деятельности фирмы по привлечению и удержанию клиентов (на примере Иркутского филиала ОАО «Флагман»)»;

- ясность формулировки. Следует избегать придаточных предложений, использовать общепринятые термины и т.п.

3. Организация выполнения выпускной квалификационной работы

После выбора темы выпускной квалификационной работы студент подает специалисту кафедры маркетинга заявление (Приложение 2) на имя заведующего кафедрой с просьбой разрешить ее написание и с указанием фамилии предполагаемого руководителя. Утверждение темы, научного руководителя и консультанта (если это требуется) оформляется распоряжением

декана факультета не позднее, чем за один месяц до дня начала работы Государственной аттестационной комиссии (как правило, в середине апреля).

Написание выпускной работы осуществляется под руководством руководителя, назначаемого заведующим выпускающей кафедры из числа профессорско-преподавательского состава этой кафедры. Роль руководителя заключается в развитии самостоятельного и творческого подхода к решению комплексной научно-практической или практической проблемы, которую решает выпускник в ходе выполнения работы.

Руководитель является основным консультантом студента на весь период выполнения работы по всем видам работ: сбора, обобщения, анализа информации – как в период преддипломной практики, так и в процессе подготовки и защиты выпускной квалификационной работы.

Основными функциями руководителя выпускной квалификационной работы являются:

- формирование задания на подготовку бакалаврской работы (Приложение 3);

- консультирование студента при разработке рабочего плана бакалаврской работы, подборе литературных и информационных источников, объяснении отдельных сложных вопросов, с которыми студент сталкивается при подготовке работы;

- проведение регулярных консультаций в соответствии с календарным планом выполнения бакалаврской работы, во время которых обсуждает со студентом результаты проделанной работы;

- контроль выполнения работы, оценка содержания выполненной работы по частям и, в случае необходимости, внесение корректив, содержащих рекомендации студенту по исправлению имеющихся недостатков;

- контроль качества и определение степени готовности выпускной квалификационной работы к защите;

- оказание консультативной помощи в подготовке презентации (раздаточного материала) и доклада для защиты выпускной квалификационной работы;

- предоставление письменного отзыва на выпускную квалификационную дипломную работу с рекомендацией ее к защите или с отклонением от защиты (Приложение 6).

В отзыве руководитель оценивает уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций студента в соответствии с ФГОС ВПО по соответствующему направлению подготовки (специальности), освоения студентом теоретических знаний и практических умений, продемонстрированных им в бакалаврской работе, уровень проведенного студентом анализа проблемы, структуру и логику построения работы, умение формулировать научные результаты и практические рекомендации. Указывается также степень самостоятельности студента при выполнении

работы, соблюдение графика выполнения выпускной квалификационной работы. В отзыве обязательно содержится вывод и возможность (или невозможность) допуска работы к защите. Отзыв пишется произвольно, он не должен противоречить замечаниям, которые были сделаны по тексту работы на разных стадиях ее выполнения. В то же время руководитель не ставит конкретную оценку за работу, так как это не его функция, хотя его мнение учитывается Государственной аттестационной комиссией в процессе защиты выпускной работы.

При необходимости, по согласованию с руководителем выпускной квалификационной работы, для руководства выполнения отдельных и специфичных разделов работы студенту может быть назначен консультант из числа профессорско-преподавательского состава другой кафедры или практических работников сторонних организаций.

В обязанности консультанта входит:

- консультирование студента по разработке плана выполнения выпускной квалификационной работы по консультируемой части;
- оказание помощи студенту в изучении нормативной базы и подборе необходимой литературы по консультируемой части;
- контроль хода выполнения работы по консультируемой части.

4. Общие требования к выпускной квалификационной работе

К выпускной квалификационной работе предъявляются следующие требования:

- соответствие названия работы ее содержанию;
- актуальность для маркетинговой деятельности какой-либо фирмы или организации;
- полнота и логическая последовательность изложения материала;
- изложение материала с учетом принятой профессиональной терминологии;
- достоверность полученных результатов;
- обоснованность выводов и предложений.

Выпускная квалификационная работа бакалавра (бакалаврская работа) выполняется на основе применения теоретических знаний и практических навыков, полученных студентом в период обучения. Выпускная работа бакалавра может быть как прикладного, так и научно-прикладного характера.

Бакалаврская работа может быть следующих типов:

- научно-практическая – предполагает описание или постановку актуальной научной проблемы и ее исследование на конкретном объекте – на региональном или ином рынке, в фирме или организации. В работе должно проявиться знание автором основных методов исследования, умение их

применять, владение научным стилем речи. Такого рода работа может быть первым этапом научной деятельности студента, которую он будет продолжать в магистратуре соответствующего профиля;

— прикладная (практическая) — представляет собой применение конкретной научной методики анализа или описания материала по проблеме, решение которой востребовано фирмой (организацией), т.е. анализ и решение актуальной практической проблемы;

— реферативная — предполагает описание определенной научно-практической проблемы с изложением точек зрения различных исследователей или научных школ, а также обобщение отечественного и зарубежного опыта, способов ее решения на практике. Может базироваться на результатах курсовых и иных работ, выполненных студентом, в том числе в период преддипломной практики.

5. Требования к содержанию структурных элементов выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа бакалавра должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист (Приложение 4);
- задание (Приложение 3);
- реферат;
- оглавление;
- введение;
- основная часть с разбивкой на главы и параграфы;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Общий объем бакалаврской работы без учета приложений должен составлять не менее 60 страниц печатного текста.

Отзыв руководителя, рецензия стороннего эксперта и справка о внедрении (при ее наличии) не вшиваются в бакалаврскую работу, а прилагаются к ней, т.е. вкладываются в конверт, наклеенный на внутреннюю сторону обложки переплетенной работы.

5.1. Титульный лист

Титульный лист является первой страницей работы (не нумеруется) и выполняется строго в соответствии с прилагаемым образцом (Приложение 4). Все подписи на титульном листе должны быть получены студентом до представления работы на защиту.

5.2. Задание и календарный план

Задание по ВКР составляется в двух экземплярах по определенной форме (Приложение 3), подписывается студентом, руководителем и заведующим кафедрой до начала ее выполнения. Один экземпляр задания выдается студенту, второй экземпляр остается у руководителя. В задании должны быть указаны конкретные даты представления на проверку соответствующих разделов ВКР.

При несоблюдении студентом сроков выполнения соответствующих этапов ВКР ответственность за ее представление к защите в установленные сроки ложится на студента. При несоблюдении руководителем (консультантом) сроков проверки выполнения соответствующих этапов ВКР ответственность за представление ее к защите в установленные сроки ложится на руководителя (консультанта).

Контроль за ходом выполнения работ возлагается на руководителя.

Задание на ВКР размещается после титульного листа ВКР (стр. 2).

5.3. Реферат

Как правило, реферат состоит из одной страницы. Он размещается после задания на ВКР (стр. 3). Реферат представляет собой очень краткое изложение следующих самых важных положений работы.

Определение маркетинговой (рекламной) проблемы или формулировка цели выпускной работы.

Объект работы – это тот объект, который нужно изучить для получения информации о состоянии изучаемой проблемы. Чаще всего это – фирма, организация, подразделение (филиал) фирмы, торговая сеть, иногда – рынок.

Полученные результаты – здесь перечисляются, например, такие позиции, как:

- выводы из обзора литературных и интернет- источников;
- выводы из обзора практического опыта зарубежных и отечественных предприятий (организаций) по решению исследуемой проблемы;
- кратко результаты анализа экономической (коммерческой) деятельности фирмы (организации);
- кратко результаты анализа маркетинговой (рекламной) деятельности фирмы (организации);
- кратко результаты анализа состояния исследуемой проблемы фирмы (организации);
- кратко предложения студента по решению исследуемой проблемы и доказательства их эффективности.

В итоговой части реферата указываются следующие характеристики работы.

Бакалаврская работа состоит из введения, ... глав, заключения, изложена на ... страницах, содержит ... таблиц, ... рисунков, ... приложений. Список использованной литературы содержит ... наименований источников.

5.4. Оглавление

Оглавление – это перечень составляющих частей бакалаврской работы. Оно включает в себя введение, наименование всех разделов (глав) и подразделов, заключение, список использованных источников, перечень приложений с их наименованиями с указанием страниц, с которых начинаются эти части ВКР.

5.5. Введение

Введение в бакалаврской работе должно содержать:

- оценку современного состояния решаемой научно-прикладной или прикладной проблемы;
- обоснование и формулировку актуальности темы бакалаврской работы. Актуальность (то есть значимость) может быть как научной, так и практической. Причем практическая актуальность может быть многообразной – для конкретного предприятия (организации), для отрасли, для предприятий (организаций) определенного региона;
- возможности внедрения и область применения полученных студентом результатов: кем, какими фирмами, организациями, специалистами могут быть применены предложения студента по совершенствованию менеджмента, маркетинговой (рекламной) деятельности;
- информация о том, что конкретная фирма (организация) приняла к внедрению или уже внедряет результаты бакалаврской работы (при наличии).

Рекомендуемый объем введения составляет 1-2 страницы.

5.6. Основная содержательная часть

Основная часть разбивается на разделы и подразделы. Раздел имеет нумерацию 1, 2, 3, 4, а подраздел – 1.1, 1.2, 2.2 и т. д. Разделы и подразделы позволяют раскрыть выбранную тему и сформулировать полученные выводы и предложения.

Число подразделов в разделе должно быть не менее двух. В конце каждого раздела автор должен сделать краткие выводы. В каждом разделе рекомендуется делать подзаголовки «Выводы к разделу ...».

В первом разделе (главе), как правило, излагаются теоретические положения по маркетингу в соответствии с выбранной темой. При этом следует обратить внимание на новейшие разработки в области маркетинга по исследуемой проблеме, на передовой опыт ее решения в фирмах (организациях) региона, России, других стран. Студент должен высказать свое отношение к дискуссионным положениям по данному вопросу.

Второй раздел (глава) должен носить аналитический характер, в нем излагаются результаты исследования (например, анализ маркетинговой среды предприятия, анализ маркетинговой деятельности предприятия и т.д.),

проведенного во время преддипломной практики. В этом случае анализ должен сопровождаться иллюстрациями: документами, приложенными к работе, аналитическими таблицами и диаграммами по анализу и т.д. Иллюстративные материалы (особенно если их объем велик) могут быть отнесены в приложения, тогда в основном тексте дипломной работы на иллюстрации делается ссылка. Ссылки в тексте на номер таблицы, рисунка, приложения пишутся сокращенно без знака «№», например: Табл. 3, Рис. 2, Приложение 5.

Третий раздел (глава) должен носить проектный характер, в нем должны быть представлены маркетинговые предложения или мероприятия, которые студент предлагает на основании результатов анализа (исследования), сделанных в предыдущем разделе. Здесь также можно обоснованно предложить использовать передовой опыт других фирм (организаций) – российских или зарубежных. В работе должен содержаться расчет экономической эффективности предлагаемых маркетинговых мероприятий, основные выводы по результатам проведенного исследования, рекомендации по решению поставленных в выпускной работе задач.

5.7. Заключение

Заключение содержит краткий обзор основных выводов проведенного исследования и краткое описание полученных в ходе него результатов. Они должны быть краткими и четкими.

Рационально заключение писать тезисно, желательно по пунктам – 1, 2 и т.д. Здесь можно воспользоваться выводами, сформулированными в конце каждого раздела (главы), обобщенно изложив их.

5.8. Список использованной литературы

Список литературы строится по принципу типизации изданий. Исходя из этого принципа, при сквозной (сплошной) нумерации всех изданий, включая источники сети Интернет, в списке друг за другом помещаются следующие блоки изданий:

1. нормативно-правовые документы;
2. словари и энциклопедические издания;
3. книги, монографии, статьи из научных периодических изданий, статьи из периодической печати, касающиеся исследуемой тематики;
4. интернет-источники;
5. иностранная литература;
6. источники внутренней информации предприятия.

5.9. Приложения

В бакалаврской работе могут быть приложения, включающие в себя материалы прикладного характера, которые были использованы автором в

процессе разработки темы, но «выбиваются» из логики повествования основной части, а именно:

- различные положения, инструкции, копии документов;
- схемы, графики, диаграммы, таблицы, которые нецелесообразно размещать в тексте, т.к. они носят прикладной, дополняющий основную логику характер и «утяжеляют» основной текст либо слишком громоздки;
- бланки опросников, тестов, карт наблюдения и другие «рабочие» материалы.

В тексте работы делается ссылка на каждое приложение.

6. Оформление выпускной квалификационной работы

Дипломная работа выполняется в печатном виде, на белой бумаге стандартного размера (А 4). Объем работы не должен превышать 100 страниц машинописного текста (без учета приложений). Переплет – твердый.

Текст должен быть пронумерован по центру внизу. Нумерация начинается с титульного листа. На титульном листе номер не ставится.

Необходимо избегать разнобоя в сокращениях в тексте, таблицах (например: г., гг., в., вв., млн, млрд, кВт·ч, м², %, ст., п., ч., и др.).

Параметры страницы

Установить в «Файл – Параметры страницы» следующие установки:

поля: верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 10 мм,

Параметры основного текста

Шрифт – Times New Roman Cyr, размер – 14 пт., начертание – нормальное, межстрочный интервал – полуторный, абзацный отступ (отступ первой строки) – 1-1,5 см, форматирование – по ширине. Установка функции «переноса» обязательна.

Параметры заголовка

Шрифт – Times New Roman Cyr, размер – 16 пт., начертание – полужирное, межстрочный интервал – одинарный, интервал перед – 12 пт., интервал после – 6 пт., абзацный отступ (отступ первой строки) – 0 мм, форматирование – по центру.

Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Точка в конце заголовка не ставится. Переносы слов в заголовках не допускаются.

Параметры подзаголовка

Шрифт – Times New Roman Cyr, размер – 14 пт., начертание – полужирное, межстрочный интервал – одинарный, интервал перед – 6 пт., интервал после – 6 пт., абзацный отступ (отступ первой строки) – 0 мм, форматирование – по центру.

Правила при наборе:

- не допускать 2 и более пробелов;
- не делать абзацный отступ пробелами и табуляцией;
- не допускать висячих строк (т.е. состояния, когда на последнюю строку абзаца переходит количество символов, меньше абзацного отступа). Для исправления этой ситуации можно применить комбинацию клавиш Shift+Enter, чтобы перенести необходимое слово или несколько слов на другую строку.

Дефисы и тире

В соответствии с правилами русского языка должны ставиться дефисы (-), тире (—) Ctrl+Alt+Num (-) и соединительные тире (–) Ctrl+Num(-). Дефис никогда не отбивается пробелами: все-таки, финансово-экономический, компакт-диск. Тире, напротив, должно отбиваться пробелами с обеих сторон: «Счастье — это когда тебя понимают». Неразрывный пробел перед тире тем более уместен, что в середине предложения тире не должно переходить на следующую строку и начинать ее. Соединительное тире, или знак «минус», ставится обычно между цифрами для обозначения периода «от ... до»: 1990-1996 гг., 8-10 км/ч, пять-шесть минут, и тоже не отбивается пробелами.

Рекомендуется так же пользоваться комбинацией клавиш Ctrl+Дефис (при работе в MS Word), которая осуществляет «мягкий перенос» слова. Данная комбинация может применяться в том случае, если вас не устраивает перенос слова, сделанный автоматически.

Где ставить запятую

При отделении десятичных долей от целых чисел: 0,5; 12,75.

Пробелы

Точка, запятая, а также двоеточие, точка с запятой, восклицательный и вопросительный знаки, знак процента, градуса, минуты, секунды не отбиваются от предшествующего слова или цифры. Знаки номера (№), параграфа (§) и слово «страница» (с.) отбиваются от идущей за ними цифры неразрывным пробелом.

Многочисленные числа должны быть разбиты на разряды: 9 876 543. Пробелы здесь только неразрывные, простые и десятичные дроби не отбивают от целой части: 0,5; 13/4, как и обозначение степени (м²). Число от размерности, напротив, отбивается неразрывным пробелом: 3 кг, 200 кВт, а также 1927 г., XIX–XX вв.

Всегда отбиваются неразрывным пробелом (Ctrl+Shift+пробел) инициалы от фамилии и инициалы друг от друга, а также делаются отбивки в сокращениях типа «и т. д.»

Кавычки и скобки

Они набираются вплотную к слову, без пробелов. При наборе необходимо использовать типографские кавычки – «елочки». Скобки ставятся точно так же, как и кавычки. Если скобка завершает предложение, точка ставится после нее. Если же точка необходима внутри скобки, то снаружи она уже не ставится.

Оформление приложений

Материал, дополняющий содержание работы, допускается помещать в приложениях. Приложениями могут быть, например, иллюстративный материал, таблицы большого формата, расчеты, описания аппаратуры и приборов, описания алгоритмов и программ задач, решаемых на ЭВМ, и т.д.

После слова «Приложение» следует арабская цифра, обозначающая его последовательность (*Например:* Приложение 1, Приложение 2 и т.д.)

В тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки (*Например:* см. приложение 8).

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху справа страницы слова «Приложение» и его номер.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают по центру относительно самого приложения с заглавной буквы отдельной строкой.

Приложения должны иметь общую с остальной частью работы сквозную нумерацию страниц.

Все приложения должны быть перечислены в оглавлении работы (при наличии) с указанием их номеров и заголовков.

Оформление формул

Формулы набираются в Microsoft Equation, шрифт – Times New Roman Cyr, размер: обычный – 14 пт., крупный индекс – 10 пт., мелкий индекс – 9 пт., крупный символ – 17 пт., мелкий символ – 13 пт. Буквенные обозначения и греческие символы – курсивом.

Латинские обозначения, кроме устойчивых форм, наименований типа $\max$, $\min$, $\cos$, $\sin$, $\lg$, $\log$, $\exp$, $\det$ и т.д. набираются курсивом. Русские, греческие обозначения и цифры всегда набираются прямым шрифтом.

Располагать индексы следует справа от символа вверху или внизу; например: D_b , d^a . Однако верхние индексы рекомендуется использовать крайне редко, так как это место расположения показателя степени.

Оформление таблиц

Если используются таблицы и схемы, то их границы не должны выходить за границы основного текста.

В параметре «высота и ширина ячейки» не должно быть отрицательных значений. Используется шрифт основного текста, размер шрифта на два–три пункта меньше, чем у основного текста (11–12 пт.) Рисованные объекты обязательно группируются.

Если строки или графы таблицы выходят за формат страницы, ее делят на части, помещая одну часть под другой или рядом. При этом в каждой части таблицы повторяют ее головку и боковик. При делении таблицы на части допускается ее головку или боковик заменять соответственно номерами граф и строк. При этом нумеруют арабскими цифрами графы и (или) строки первой части таблицы.

Таблицы следует нумеровать арабскими цифрами. Номер следует размещать в правом верхнем углу над заголовком таблицы после слова «Таблица». На все таблицы документа должны быть приведены ссылки в тексте, при ссылке следует писать слово «Таблица» с указанием ее номера.

Если в конце страницы таблица прерывается и ее продолжение будет на следующей странице, в первой части таблицы нижнюю горизонтальную линию, ограничивающую таблицу, не проводят.

Над продолжением таблицы на новой странице принято ставить заголовок типа Продолжение табл. 5 (если таблица на этой странице не кончается) или Окончание табл. 5 (если таблица здесь завершается).

При отсутствии отдельных данных в таблице следует ставить прочерк (тире).

Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице, а при необходимости – в приложении к работе.

Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа документа.

Оформление иллюстраций

Рекомендуется использовать индексационную нумерацию

Данная нумерация включает номер главы и порядкового номера иллюстрации в этой главе. Например:

В главе 8: *Рис 8.1.*; *Рис 8.2.*; *Рис 8.3.*

Если иллюстрация, единственная в издании или в произведении, то такую иллюстрацию не нужно нумеровать по той простой причине, что при ссылке на нее в основном тексте достаточно назвать только вид изображения (схема, чертеж, рисунок, фотография) или употребить слово *иллюстрация*, чтобы читатель нашел эту иллюстрацию.

Знаки препинания в подписи

Между номером и тематической частью подписи ставят *точку*. Например:

Рис.1.3. План презентации

После тематической части, если далее следует экспликация, – двоеточие. Между элементами экспликации – *точку с запятой*. После условного обозначения каждого изображения – *тире*. Например:

Рис. 3.74. Накопление краски на валиках:

1 – пробельный участок печатной формы; 2 – накопление краски на валиках; 3 – слой краски увеличенной толщины на печатной форме.

Слово *Рис.* и номер, для большей значимости, выделяют чаще всего курсивом. Слово *Рис.* от номера и номер от текста должны быть отделены пробелом.

На все иллюстрации обязательно должны быть ссылки в тексте. Ссылки или входят в текст как его составная часть или помещаются в скобки. Например:

«Для конфигурации сети, представленной на рис. 38, матрица коэффициентов (рис. 39) принимает вид...»

Если иллюстрация располагается на другой странице, то ссылка в тесте должна выглядеть следующим образом: (см. рис.19).

Необходимо следить за тем, чтобы подпись под иллюстрацией не дублировалась полностью в тексте.

Литература в списке может группироваться по разным признакам. Автором могут быть избраны алфавитный, систематический, хронологический принципы размещения изданий или их сочетание.

Необходимые для оформления библиографической записи сведения берутся с титульного листа книги.

Пример оформления списка литературы приведен ниже.

1. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»: Федеральный Закон РФ от 23 сентября 1992г. №3520-1// Правовая система «Гарант».

2. «О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»: Федеральный закон от 11 декабря 2002г. №166-ФЗ// Правовая система «Гарант».

3. Иванов А. Сколько стоит деловая репутация? / Иванов А. // Русский Фокус. – 2002. - №24(61)

4. Саттон Д., Кляйн Т. Новая наука маркетинга. Маркетинговое управление предприятием/ Саттон Д., Кляйн Т. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2004.

5. Пантюхина А. М. Товарный знак. Экономические и правовые аспекты//http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/trademark_econom.htm

6. Экономический словарь// <http://mega.km.ru/business/encyclop>

7. Бухгалтерский баланс ОАО «МАСКИ» (форма №1) по состоянию на 01.01.03г., 01.01.04г., 01.10.04г., 01.01.05г.

8. Отчет о прибылях и убытках (форма №2) за 2002 год, 2003 год, 9 месяцев 2004 года, 2004 год.

Оформление сносок

Сноску внизу страницы при электронном наборе делают автоматически (опции «Вставка, Сноски, Вставить обычную сноску, Нумерация автоматическая 1, 2, 3»).

Текст постраничной сноски оформляется также, как и в библиографической записи.

Сноску на источник можно выполнить и другим способом. Например, библиографическая запись в Списке литературы под соответствующим порядковым номером выглядит следующим образом:

4. Саттон Д., Кляйн Т. Новая наука маркетинга. Маркетинговое управление предприятием/ Саттон Д., Кляйн Т. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2004.

Во внутритекстовой сноске она может выглядеть так: после текста, за которым следует ссылка, ставят квадратные скобки, внутри которых помещают

порядковый номер источника и номер страницы, на который напечатан текст: [4, 26-34].

Оформление приложений

В структуре работы после Списка литературы следуют приложения. Они должны носить порядковые номера и иметь название (Заголовок). Страницы приложений либо не нумеруются, либо нумеруются римскими цифрами и в общий объем выпускной работы не включаются.

7. Подготовка выпускной квалификационной работы к защите

Алгоритм действий студента по содержательной и документальной подготовке выпускной квалификационной работы к защите содержит следующие шаги.

- 5.1. Получив одобрение руководителя, распечатать работу в одном экземпляре.
- 5.2. Подписать титульный лист работы самому и подать на подпись нормоконтролеру. При наличии ошибок оформления исправить и перепечатать нужные страницы.
- 5.3. Переплести работу. Допускается только твердый переплет.
- 5.4. Подписать титульный лист работы у руководителя. Получить от него письменный положительный отзыв на работу. При отрицательном отзыве руководителя студент не допускается к защите.
- 5.5. Подписать титульный лист работы у заведующего кафедрой маркетинга, что практически означает допуск к защите.
- 5.6. В случае, когда результаты выпускной работы фирма или организация приняла к внедрению (или уже внедрила), она может дать студенту документ, например, справку (акт) о внедрении разработанных студентом конкретных мероприятий в деятельность организации. Необходимо получить этот документ, который подписывается каким-либо руководителем (директором по маркетингу, коммерческим директором или первым руководителем) и ставится печать.
- 5.7. На внутреннюю сторону обложки переплета наклеить конверт (рекомендуется размером 23x16 см.) и поместить туда документы: отзыв руководителя и, при наличии, справку (акт) о внедрении. Заклеивать конверт не нужно.
- 5.8. Подготовить доклад для защиты работы, в котором необходимо отразить основные положения, их аргументацию и выводы. Объем текста должен быть рассчитан так, чтобы доклад занимал 8-12 минут, максимум 15.
- 5.9. Подготовить мультимедийную презентацию или бумажный иллюстрационный материал к докладу в количестве 7 экз. (по числу членов Комиссии плюс один для себя). Образец титульного листа иллюстрационного материала к докладу представлен в Приложении 5.

8. Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Защита выпускной работы – это заключительный этап деятельности выпускника. Защита работы производится на открытом заседании Государственной аттестационной комиссии (ГАК) с участием не менее половины ее состава.

К защите выпускной квалификационной работы студент готовит доклад, иллюстративный (раздаточный) материал или презентацию с использованием мультимедийных средств (проектора), согласовав их содержание с руководителем.

На защите выпускной квалификационной работы могут присутствовать все желающие, и они могут принимать участие в обсуждении проблемы. На защиту приглашаются профессорско-преподавательский состав, студенты, а также работники предприятий и организаций, в первую очередь те, для кого и на чьих материалах разрабатывалась бакалаврская работа, работодатели, заинтересованные в специалистах данного профиля.

Студенту рекомендуется заранее посетить в качестве слушателя защиту чужой выпускной работы, лучше по маркетингу, для того, чтобы получить наглядную картину процедуры защиты.

Явка студентов на защиту определяется по заранее составленному графику, который подготавливается на основе учебного плана бакалавриата профиля «Маркетинг» секретарем ГАК (специалистом кафедры маркетинга) по согласованию со всеми заинтересованными сторонами – председателем ГАК, ее членами, руководителями выпускных работ и студентами.

Порядок и процедура проведения защиты включают в себя следующие основные элементы.

- 5.10. Студент должен прийти на защиту заранее, с тем, чтобы до начала работы Комиссии отдать свою выпускную работу секретарю Комиссии. В течение защиты она находится на столе Комиссии, члены которой знакомятся с ней наряду с иллюстрационным материалом, подготовленным студентом к докладу.
- 5.11. Защита выпускника начинается с того, что председатель (его заместитель) оглашает ФИО студента, тему защищаемой работы и предоставляет ему слово.
- 5.12. Кто-либо из сокурсников либо сам выпускник раздает каждому члену Комиссии экземпляр иллюстрационного материала к докладу. Если подготовлена мультимедийная презентация доклада, бумажный иллюстрационный материал не обязателен.
- 5.13. Выпускник выходит к трибуне и докладывает, используя мультимедийную презентацию или бумажный иллюстрационный материал к докладу. Время доклада не должно превышать 15 минут.
- 5.14. Выпускнику задаются вопросы по содержанию работы (не только доклада). После того, как студент ответил на вопросы членов Комиссии, он должен ответить на вопросы присутствующих (если таковые возникли). В случае, когда студенту задан вопрос, ответ на который не

содержится в презентации, он имеет право найти необходимый материал в бакалаврской работе. Если студент не вполне понял смысл вопроса, он может (и должен!) попросить повторить вопрос.

- 5.15. После того, как Комиссия получила ответы на все вопросы, зачитываются (допускается зачитывать фрагментарно) документы: отзыв руководителя, справки (акты). Если на защите присутствуют специалисты, желающие выступить с оценкой или комментариями относительно защищаемой работы, председатель Комиссии обязан предоставить им такую возможность (однако, не более трех выступлений). Все это время студент остается стоять за трибуной.
- 5.16. После этого студенту объявляют, что его защита окончена.
- 5.17. По окончании нескольких защит Комиссия удаляется для обсуждения и выставления оценок, а затем публично их объявляет.

9. Критерии оценки выпускной квалификационной работы и процедуры ее защиты

Основными критериями оценки выпускной квалификационной работы студента бакалавриата являются:

- полнота и глубина проработки избранной проблемы;
- реализация современных подходов к анализу и формированию результатов работы;
- оценка работы, содержащаяся в отзыве руководителя;
- практическая ценность результатов работы, в том числе подтвержденная документами (справками, актами);
- тщательность соблюдения правил оформления выпускной квалификационной работы и иллюстрационного материала.

Основными критериями оценки процедуры защиты выпускной квалификационной работы являются:

- содержательность доклада студента;
- полнота и качество ответов на вопросы членов Комиссии и присутствующих;
- уверенное владение терминами менеджмента, маркетинга, экономики;
- убедительность и наглядность презентационных материалов.

По результатам подготовки и защиты Комиссия выставляет комплексную балльно-рейтинговую оценку:

- студентам очной формы обучения: «отлично» (91-100 баллов), «хорошо» (71-90 баллов), «удовлетворительно» (41-70 баллов), «неудовлетворительно»;
- студентам заочной формы обучения: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценке «неудовлетворительно» студенту предоставляется возможность повторно подготовить и защитить выпускную квалификационную работу через 1 год.

Приложения

Приложение 1

Примерная тематика дипломных работ

1. Совершенствование маркетинговой деятельности фирмы (организации, компании).
2. Формирование маркетинговой деятельности фирмы (организации, компании).
3. Введение маркетингового подхода в деятельность некоммерческой организации.
4. Совершенствование продуктовой политики фирмы.
5. Совершенствование ценовой политики фирмы.
6. Совершенствование сбытовой политики фирмы.
7. Анализ сбытовой деятельности фирмы с целью совершенствования каналов распределения продукции.
8. Совершенствование дистрибьюции фирмы.
9. Совершенствование коммуникационной политики фирмы.
10. Совершенствование политики продвижения фирмы.
11. Совершенствование рекламной политики фирмы.
12. Разработка марочной политики фирмы.
13. Развитие рынка ... продукта г. Иркутска (региона).
14. Исследование рынка ... продуктов Иркутской области.
15. Исследование рынка ... продукта для целей развития фирмы.
16. Исследование потребителей с целью совершенствования маркетинговой деятельности фирмы.
17. Исследование конкурентоспособности продукта ... фирмы.
18. Повышение конкурентоспособности фирмы.
19. Оценка конкурентоспособности фирмы на региональном рынке.
20. Удержание лидирующей позиции фирмы на рынке ... продукта.
21. Разработка стратегии выхода фирмы на новые рынки.
22. Разработка маркетинг-плана расширения рынка сбыта продукции фирмы.
23. Стратегия маркетинга на промышленном предприятии (в торговой фирме).
24. Ценовая политика в системе маркетинга на предприятии.
25. Мерчендайзинг как инструмент формирования конкурентных преимуществ в розничной торговле.
26. Разработка коммуникационной политики фирмы.
27. Повышение эффективности деятельности СМИ за счет внедрения новой услуги.
28. Разработка рекламной компании ... продукта.
29. Совершенствование имиджа розничной сети ... фирмы.

30. Совершенствование деятельности ... фирмы по привлечению и удержанию клиентов.
31. Контроллинг в системе управления сбытовой деятельностью фирмы.
32. Разработка брэнда для ... продукта ... фирмы.
33. Особенности продвижения ... фирмы на региональном рынке.
34. Исследование внутренней и внешней среды маркетинга для целей развития фирмы.
35. Формирование программы продвижения нового продукта на Иркутский рынок.
36. Формирование имиджа фирмы.
37. Совершенствование клиентской политики фирмы.
38. Коммуникативная политика фирмы и направления ее совершенствования.
39. Разработка комплекса маркетинга для вывода на рынок нового продукта.
40. Управление факторами конкурентных преимуществ на рынке ... продукта.
41. Совершенствование маркетингового комплекса для ... продукта.
42. Совершенствование системы стимулирования сбыта фирмы.
43. Направления совершенствования системы мерчендайзинга в розничной сети фирмы.
44. Совершенствование управления маркетингом в фирме.
45. Маркетинговое обоснование и разработка проекта магазина (ресторана и т.п.) для ... фирмы.
46. Управление маркетингом в фирме.
47. Управление процессами коммуникации.
48. Маркетинговое обоснование концепции создания торгового центра (жилого комплекса и т.п.).
49. Анализ и пути повышения эффективности управления качеством ... продукта в фирме.
50. Проект разработки нового продукта для фирмы.
51. Разработка рекламной стратегии нового супермаркета (магазина и т.п.) ... фирмы.
52. Исследование потребителей с целью совершенствования ассортимента торговой фирмы.
53. Развитие сетевого маркетинга на региональном рынке ... продукта.
54. Проектирование службы по работе с клиентами фирмы.
55. Управление товарным портфелем фирмы.
56. Маркетинговые возможности развития фирмы (некоммерческой организации).
57. Маркетинговое обоснование и разработка проекта послепродажного обслуживания ... продукта фирмы.

58. Маркетинговые подходы к формированию стратегии ценообразования фирмы.
59. Разработка программы стимулирования продаж в торговой фирме.
60. Формирование маркетинговой службы создаваемого предприятия.
61. Коммуникации как инструмент реализации стратегии позиционирования.
62. Разработка проекта диверсификации деятельности фирмы на основе исследования рынка.
63. Удержание конкурентных позиций фирмы.
64. PR как антикризисная маркетинговая технология.
65. Совершенствование маркетинговой информационной системы фирмы.

Зав. кафедрой маркетинга
проф. Н. В. Поляковой
от студента группы _____

З А Я В Л Е Н И Е

Прошу утвердить тему выпускной квалификационной работы _____

Студент

Дата, подпись

Руководитель дипломной работы
канд.экон.наук, доц.

дата, подпись

Зав. кафедрой, д-р. экон. наук, проф. _____ Н. В. Полякова
дата, подпись

ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права»
Факультет организации рынка
Кафедра маркетинга

ЗАДАНИЕ НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

Студенту: **Фамилия Имя Отчество** в *дательном падеже*

Тема: **Наименование темы**

Дата выдачи задания: *xx* месяца 20__ г.

Этап выполнения выпускной квалификационной работы	Срок выполнения		Подпись руководителя
	план	факт	

Руководитель: _____ степень, звание И.О. Фамилия
подпись

Согласовано:

Зав. кафедрой: _____ степень, звание И.О. Фамилия
подпись

Задание принял к исполнению:

Студент: _____ И.О. Фамилия
подпись

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
(ФГБОУ ВПО «БГУЭП»)

Кафедра маркетинга

Направление подготовки: Менеджмент

Профиль: Маркетинг

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: « _____ »
_____»

Заведующий кафедрой: _____
(подпись) (степень, звание, И.О.Ф.)

Руководитель: _____
(подпись) (степень, звание, И.О.Ф.)

Консультант:
(если есть) _____
(подпись) (степень, звание, должность, И.О.Ф.)

Нормоконтролер: _____
(подпись) (степень, звание, И.О.Ф.)

Студент гр. _____: _____
(подпись) (И.О.Ф.)

Иркутск, 20 ____ г.

Титульный лист иллюстративных материалов

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
(ФГБОУ ВПО «БГУЭП»)

Кафедра маркетинга

**ИЛЛЮСТРАТИВНЫЙ МАТЕРИАЛ К
БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЕ**

на тему: _____

Студент(ка): _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Иркутск, 20__ г.

Примерная форма отзыва на выпускную квалификационную работу
ФГБОУ ВПО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ
И ПРАВА»
(ФГБОУ ВПО «БГУЭП»)

ОТЗЫВ

на выпускную квалификационную работу
студента(ки) _____
фамилия, имя, отчество

направления Менеджмент профиля «маркетинг»
полное наименование специальности

на тему _____
полное название темы согласно приказа

Выпускная квалификационная работа содержит пояснительную записку на _____ страницах, _____ чертежей, _____ плакатов.

СОДЕРЖАНИЕ ОТЗЫВА

Руководитель должен изложить в отзыве свое мнение о работе студента:

- сведения об актуальности темы выпускной квалификационной работы;
- соответствие работы заданию;
- владение методами сбора, хранения и обработки информации;
- владение современными методами проектирования;
- умение анализировать и прогнозировать состояние и динамику объектов деятельности с использованием методов и средств анализа и прогноза;
- владение применяемыми в сфере своей профессиональной деятельности компьютерными средствами;
- оценку подготовленности студента, инициативности, ответственности и самостоятельности принятия решений при решении задач;
- соблюдение правил и качества оформления;
- умение студента работать с литературными источниками, справочниками и способность ясно и четко излагать материал;
- умение организовать свой труд и другое (по усмотрению руководителя).

Руководитель высказывает утверждение о возможности допуска студента к защите.

Руководитель _____
подпись ученая степень, звание, должность, Ф.И.О.

« ____ » _____ 20__ г.

Примеры оформления списка источников

Государственные стандарты и сборники документов.

Сборники типовых инструкций по охране труда для рабочих лесной промышленности. – М. : Лесн. пром-сть, 1989. – 471 с.

ГОСТ 7. 9-77. Реферат и аннотация. – М. : Изд-во стандартов, 1981. – 6 с.

Законодательные акты

О представительствах Министерства по делам Федерации, национальной и миграционной политики РФ за рубежом: указ Президента РФ от 24 февр. 2001 г. № 236 // Рос. газ. – 2011. – 28 февр.

Книги одного автора

Азимов А. Язык науки / А. Азимов : пер. с англ. И. Э. Лалаянца ; под ред. и с предисл. Б. Д. Сергиевского. – М. : Мир, 1985. – 159 с.

Розенталь Д. Э. Словарь-справочник лингвистических терминов : пособие для учителей / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. – М. : Просвещение, 1976. – 543 с.

Книги двух и трех авторов

Госс В. С. Категории современной науки: становление и развитие / В. С. Госс, Э. П. Семенюк, А. Д. Урсул – М. : Мысль, 1984. – 268 с.

Коротеев Л. М. Планирование, организация и управление транспортным строительством / Л. М. Коротеев, Т. Л. Беляев; под ред. Л. М. Коротеева. – М. : Транспорт, 1989. – 286 с.

Книги более трех авторов

Теория статистики: учебник / Е. Б. Шувалова [и др]. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 558 с.

Книги под заглавием (нет автора)

Книга и время : сб. ст. / сост. В. А. Петрицкий ; Всесоюз. добр. о-во любителей книги – М. : Книга, 1970. – 115 с.

Методологические проблемы современной науки / сост. Л. Т. Москаленко. – М. : Политиздат, 1992. – 295 с.

Непрерывное образование как педагогическая система : сб. науч. тр. / отв. ред. Н. Н. Нечаев ; Науч.-исслед. НИИ высш. образования. – М. : НИИВО, 1995. – 156 с.

Отдельный том многотомной книги

Бестужев-Марлинский А. А. Сочинения. В 2 т. Т. 1. / А. А. Бестужев-Марлинский ; сост., подгот. текста, вступ. ст. и коммент. В. И. Кулешова. – М. : Худож. лит., 1991. – 487 с.

История русской литературы : в 4 т. Т. 3 : Расцвет реализма /АН СССР; Ин-т рус. лит. (Пушкин. дом). – Л. : Наука. Ленингр. отд-ние, 1982. – 80 с.

Материалы конференций, съездов.

Проблемы вузовского учебника : тез. докл. Третьей всесоюз. науч. конф. – М. : МИСИ, 2000. – 156 с.

Статьи в журнале

Сахаров В. А. Рубль считанный и бессчетный / В.А.Сахаров // Экономика и организация пром. пр-ва. 1986. № 10. С. 195-197.

Белох Н. В. Доходы, предложения и цены – проблема сбалансированности / Н. В. Белох Н. Я. Петрарков, В. П. Русакова // Изв. АН СССР. Сер.экон. 1972. № 2. С. 71 – 77.

Статьи в газете

Райцын Н. В окопах торговых войн / Н. Райцын // Деловой мир. 1993. 7 окт.

Статьи из ежегодников

Народное образование и культура // СССР в цифрах в 1985 г. М., 1986. С. 241 – 255.

Статьи из энциклопедий и словарей

Бирюков Б.В. Моделирование / Б. В. Бирюков, Ю. А. Гастев, Е. С. Геллер // БСЭ. – 3-е изд. М., 1974. Т.16. С. 393 – 395.

Статьи из электронных изданий

Описание осуществляется по тем же правилам, что и изданий на бумажном носителе с необходимым добавлением «[электронный ресурс]». Далее, после знака // следует указать либо электронный адрес, либо название электронного ресурса.

Дронов Р. Оценка финансового состояния предприятия [электронный ресурс] / Дронов Р., Разник А. И., Бунина Е. М. // <http://www.spsl.nsk.ru>

Нормативы затрат на службу заказчика-застройщика : постановление Минстроя России от 11 марта 1997 г. № 18-14 [электронный ресурс] // Стройэксперт-Кодекс. Основы правового регулирования строительства

Об основах федеральной жилищной политики : закон РФ от 24.12.92 № 4218-1 [электронный ресурс] // Консультант Плюс. ВерсияПроф

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
к выполнению выпускной квалификационной работы
(бакалаврской работы)

для студентов направления 080200 Менеджмент

профиля «Маркетинг»

Составитель Нина Владимировна Полякова

Издается в авторской редакции

ИД № 06318 от 26.11.01.

Подписано в печать Формат 60х90 1/16. Бумага офсетная. Печать трафаретная. Усл. печ. л. , . Тираж 100 экз. Заказ .

Издательство Байкальского государственного университета
экономики и права
664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11.
Отпечатано в ИПО БГУЭП