

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дмитриев Николай Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.06.2026 08:49:54
Уникальный программный ключ:
f7c6227919e4cdbfb4d7b682991f8553b37cafbd

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Иркутский государственный аграрный университет имени А.А. Ежевского
Колледж автомобильного транспорта и агротехнологий

Хуснудинова Е.А.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

для студентов СПО очной и заочной форм обучения специальности
38.02.04 - «Коммерция (по отраслям)»

Молодежный, 2026

Рекомендовано к изданию предметно-цикловой комиссией социально-экономических дисциплин Колледжа автомобильного транспорта и агротехнологий ФГБОУ ВО «Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского» протокол № 7 от 16 марта 2026 г.

Разработчик: Хуснудинова Елена Анатольевна, преподаватель

Рецензент: Савченко И.А., к.э.н., доцент кафедры экономической безопасности и предпринимательства Иркутского ГАУ имени А.А.Ежевского

Хуснудинова Е.А. Методические рекомендации для выполнения дипломной работы /Е.А.Хуснудинова - Иркутск: ИрГАУ, 2026. – 40 с.

Рассмотрены общие требования к содержанию, структуре и оформлению дипломной работы. Методические рекомендации предназначены для студентов СПО специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

© Хуснудинова Е.А. 2026
© Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского, 2026

Введение.....	4
1. СТРУКТУРА И ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ (ДИПЛОМНОЙ) РАБОТЫ.....	6
1.1. Общие положения, цели и задачи работы.....	6
1.2. Порядок и этапы выполнения.....	7
1.3. Выбор темы.....	8
1.4. Составление плана.....	8
1.5. Подбор и изучение литературы.....	9
1.6. Выполнение исследований.....	9
1.7. Написание работы.....	9
2.ОФОРМЛЕНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ.....	13
2.1. Общие требования.....	13
2.2. Оформление текстовой части работы.....	13
2.3. Оформление иллюстраций.....	14
2.4. Оформление таблиц и формул.....	14
2.5. Оформление списка использованных источников и ссылок на них.....	15
2.6. Оформление приложений.....	15
3.ВЫПОЛНЕНИЕ РАСЧЕТОВ, ПОДГОТОВКА И ЗАЩИТА РАБОТЫ.....	16
3.1. Выполнение расчетной части.....	16
3.2. Подготовка к защите работы.....	28
3.3. Защита выпускной квалификационной работы.....	28
Список литературы:.....	30
ПРИЛОЖЕНИЕ	

Введение

Методические указания устанавливают единые нормы, структуру, порядок выполнения и оформления выпускной квалификационной (дипломной) работы с учетом требований Федерального Государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Рекомендации настоящих методических указаний обязательны для студентов СПО специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Менеджер по продажам в рыночной экономике становится значимой фигурой в торговле, так как выполняет функции по руководству торговым процессом, регулированию хозяйственных связей по закупке и продаже товаров с поставщиками и покупателями, по формированию оптимального ассортимента, организации рекламы товаров, контролю качества изделий, обслуживанию покупателей. Это универсальный специалист торгового дела, от результативной работы которого зависит эффективность работы предприятия или фирмы в целом. В связи с этим возрастает роль профессиональной подготовки специалиста, обладающего глубокими знаниями теории коммерческой деятельности, а также практическими умениями и навыками успешного осуществления этой деятельности.

Выпускная квалификационная работа специалиста менеджера по продажам является частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования и выполняется с целью проверки сформированности общих и профессиональных компетенций, позволяющих решать профессиональные задачи, а также определение качества полученных студентом знаний, умений и навыков в коммерческой деятельности.

Выпускная квалификационная работа выполняется на основе изучения нормативно-правовых документов, литературных и других источников информации, а также навыков, полученных студентом в процессе прохождения учебных и производственных практик. Необходимым условием работы является использование практических материалов организаций или предприятий, в которых студенты проходят практику.

В процессе подготовки выпускной квалификационной работы студент должен показать понимание им сущности и социальной значимости своей будущей профессии, проявить способность к практическому применению накопленных знаний, продемонстрировать умение приобретать новые знания, проявить способность к самостоятельному нестандартному творческому решению.

Целями выполнения и защиты выпускной квалификационной работы являются:

- обобщение, закрепление и расширение теоретических знаний и практических навыков по специальности, а также применение этих знаний при решении конкретных профессиональных задач;

- развитие навыков к самостоятельному анализу исследуемых вопросов, самостоятельной работе студентов с коммерческой, технологической, технической и экономико-организационной информацией, методическими материалами, отчетной, статистической и коммерческой документацией организации;

- закрепление и углубление знаний в области экономики и управления торговой деятельностью на предприятиях торговли.

Основными задачами выпускной квалификационной работы являются:

- анализ состояния и прогнозирование развития конкретной области коммерческой деятельности на предприятии;

- торговое обслуживание покупателей, анализ зарубежного и отечественного опыта в решении подобных задач в сфере коммерции и технологии торговли;

- обоснование коммерческой деятельности либо торгово-технологического процесса оптового или розничного предприятия;

- обоснование методов торгового обслуживания покупателей с учетом особенностей предприятия и возможностей информационных технологий;

- обоснование технологии торгового обслуживания покупателей с учетом обеспечения качества, с проработкой психологических, социальных, экономических, организационных вопросов и с учетом законодательной базы по правам потребителя.

1. СТРУКТУРА И ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ (ДИПЛОМНОЙ) РАБОТЫ

1.1. Общие положения, цели и задачи работы

Выпускная квалификационная (дипломная) работа представляет собой законченную разработку, в которой выпускник показывает навыки самостоятельного решения профессиональных вопросов по организации коммерческой деятельности, способность к постановке конкретных задач и нахождению путей их практического решения.

Целями выпускной квалификационной (дипломной) работы являются:

1. Систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по специальности; применение их при анализе и обобщении фактического материала и решении конкретных задач в области товароведения непродовольственных товаров, маркетинга, организации коммерческой деятельности, торгового менеджмента, стандартизации, сертификации, управления качеством и др.

2. Развитие навыков самостоятельной деятельности и делового мышления;

3. Овладение методикой исследования вопросов, поставленных в дипломной работе, и методами математико-статистического анализа цифрового материала;

4. Выявление подготовленности студента к практической деятельности по специальности в рыночных условиях работы торговли.

Дипломная работа выполняется путем решения конкретных задач на основе практических материалов хозяйственной деятельности промышленных и торговых организаций, таможенных служб; данных, полученных в лабораторных условиях, а также путем проведения социологических и экспертных оценок ассортимента и качества отдельных групп товаров; самостоятельной работы в период учебной, производственной, и преддипломной практик; изучения и анализа литературных источников, которые тщательно систематизируются и критически оцениваются.

Содержание дипломных работ должно отражать современную ситуацию, складывающуюся на рынке товаров, и быть направлено на разработку вопросов:

-повышения качества товаров и обеспечения их конкурентоспособности;
-установления соответствия качества товаров стандартам, техническим условиям, договорам, контрактам и другим нормативным документам;

-совершенствования и оптимизации ассортимента;

-потребительской и экспертной оценок товаров отдельных групп;

-изучения потребительских свойств и разработки экспресс – методов их оценки;

-типологизации потребления и потребителей на основе социологических опросов;

-выявления направлений оптимизации упаковки, маркировки и хранения товаров отдельных групп;

-изыскания путей повышения безопасности материалов и изделий.

В работе должны найти отражение основные положения законов Российской Федерации «О защите прав потребителей», «О техническом

регулировании», «О стандартизации», «Об обеспечении единства измерений» и других законодательных актов применительно к решению проблем коммерческой деятельности.

Тематика дипломных работ должна быть направлена на решение актуальных задач, имеющих практическое значение. При написании дипломной работы следует учитывать интересы организации (торгового, промышленного предприятия, фирмы, таможенной службы и др.), на материалах и по заявке которых она выполняется. Очень важно предусмотреть возможность использования рекомендаций, предложенных в дипломной работе, в деятельности этих организаций.

Дипломная работа должна носить исследовательский характер. К решению вопросов избранной темы студент обязан подходить творчески. Необходимыми условиями решения задач, поставленных в работе, являются:

1. Разработка правильного подхода, выбор соответствующей методики исследований, т.е. суммы приемов, методов анализа и обработки данных для получения объективных выводов;

2. Применение современных методов анализа с использованием математико-статистической обработки и персонального компьютера.

В ходе выполнения дипломной работы возникает проблема быстрой и эффективной обработки полученных первичных и вторичных данных, характеризующих состояние и динамику развития производства и (или) рынка, импорта и экспорта конкретной товарной группы. Использование компьютерных технологий избавляет от необходимости проводить трудоемкие расчеты, требующие больших затрат времени; выполнять графические построения; использовать программы ПВМ для решения конкретных задач, поставленных в работе; придает процессу творческий характер.

1.2. Порядок и этапы выполнения

Дипломная работа выполняется каждым студентом в отдельности. Процесс выполнения дипломной работы включает следующие этапы:

1. Выбор темы;
2. Разработка и утверждение задания, составление календарного графика выполнения работы;
3. Разработка плана, обсуждение и уточнение его с руководителем;
4. Подбор, изучение и анализ литературы;
5. Сбор материала для практической части работы;
6. Выполнение экспериментальных исследований;
7. Обработка и анализ экспериментальных и статистических данных, результатов моментных наблюдений, анкетных и экспертных опросов;
8. Написание и оформление работы;
9. Подготовка к защите.

1.3. Выбор темы

Студенту предоставляется право свободного выбора темы. При этом тематика дипломной работы должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей (п.8.6 ФГОС СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»), входящих в программу подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

Примерная тематика дипломных работ приведена в приложении А; структура работы приведена в приложении В.

После утверждения темы дипломной работы каждый студент получает от научного руководителя дипломное задание на бланке установленной формы (приложение D), в котором определяется целевая установка и указывается объем работ, подлежащих выполнению, а также сроки представления отдельных разделов. Задание подписывается научным руководителем и утверждается заместителем директора по учебной работе. Студент – автор дипломной работы несет ответственность за соблюдение сроков выполнения отдельных разделов и всей работы в целом, за достоверность использованных в работе данных, за сделанные в работе выводы и предлагаемые рекомендации (в соответствии с графиком консультаций).

1.4. Составление плана

Развернутый план работы составляется каждым студентом самостоятельно в соответствии с выбранной темой и дипломным заданием, согласовывается с научным руководителем и консультантом. Основными требованиями к плану являются четкость и логическая последовательность расположения рассматриваемых вопросов; отсутствие чрезмерного дробления работы на разделы, подразделы, пункты, не подкрепленные теоретическим или практическим материалом. Структурными элементами в дипломной работе являются следующие разделы:

- содержание;
- введение;
- теоретическая часть;
- основная часть, включающая разделы;
- практическая часть (анализ и обобщение полученных результатов);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Названия разделов формулируются в соответствии с темой и структурой работы.

1.5. Подбор и изучение литературы

После составления плана студент приступает к изучению литературы по избранной тематике и к систематизации теоретического материала. При этом следует использовать законодательные акты, постановления правительства

РФ по рассматриваемым вопросам, специальную литературу и периодические издания, каталоги, проспекты, обзоры, материалы интернет и т.п. Изучение литературы предполагает использование актуальной информации, характеризующей исследуемые вопросы за последние пять лет. Такой порядок формирует критическое отношение к сведениям, приводимым в литературных источниках по изучаемому вопросу, и позволяет выявить последние достижения в данной области науки и практики.

1.6. Выполнение исследований

Исследования в зависимости от характера выбранной темы могут заключаться в определении основных показателей качества товаров отдельных групп; выполнении расчетно-экспериментальных работ; проведении опросов по выявлению мнений покупателей или экспертов о качестве и ассортименте товаров, наблюдений за реализацией товаров в ассортиментном разрезе, а также в сборе статистических и других материалов в конкретных организациях и предприятиях (анализ и обобщение материалов по динамике производства, товарооборота, структуры ассортимента, основных экономических показателей и др.).

Сбор статистических и других материалов в организациях и предприятиях торговли и промышленности, таможенных службах проводится студентами в период практик. Объем и характер собираемых материалов определяется дипломным заданием, рекомендациями научного руководителя и консультанта, спецификой базы практики как объекта изучения.

Обработка полученных данных производится с применением методов математической статистики, что позволяет повысить научный уровень работы и выявить степень достоверности полученных результатов. Данные сводятся в таблицы, сопоставляются за ряд лет, оформляются в виде диаграмм или графиков; выявляются закономерности и тенденции изменения изучаемых параметров; устанавливаются причины, их обуславливающие; намечаются пути оптимизации.

1.7. Написание работы

Самым ответственным и трудоемким этапом выполнения дипломной работы является ее написание. На этой стадии от студента в наибольшей степени требуется умение использовать теоретические знания; логически и последовательно излагать материал; проводить глубокий анализ литературных, экспериментальных и фактических данных; четко формулировать выводы и рекомендации.

Основными требованиями к стилю и характеру изложения являются:

Краткость изложения. Фразы должны быть конкретными и информативными. Не следует освещать элементарные вопросы, поскольку работа должна быть предназначена только для чтения специалистами.

Логичность изложения важна как при описании взаимосвязанных и взаимозависимых процессов и явлений, так и процессов, протекающих

последовательно. При необходимости следует акцентировать причинные связи, выражать личное отношение к излагаемому материалу. Достигается это, в частности, использованием вводных и соединительных слов типа: из этого следует, таким образом, в связи этим, при этом, как видно из выше сказано и т.д.

Четкость изложения. Следует избегать использование фраз, не выражающих мыслей, суждений, затрудняющих восприятие излагаемого материала. При изложении материала рекомендуется широко использовать классификации объектов исследования, их поэтапное подразделение, табличные формы, сравнительные характеристики.

Использование специальной терминологии, позволяющей более кратко и точно, профессионально излагать материал.

Применение количественных числовых показателей для характеристики состояния рынка, производства, структуры ассортимента, конкурентоспособности и уровня качества товаров, повышающих убедительность изложенного.

Использование безличного наклонения. Не рекомендуется применять личные местоимения (например: «я применяю» вместо «применяется», «я считаю» вместо «, по нашему мнению,» или «можно считать»).

Грамотность изложения, предусматривающая безусловное соблюдение правил пунктуации и орфографии, общепринятых сокращений.

Общий объем дипломной работы должен составлять 50-60 страниц машинописного текста.

При изложении основных структурных элементов работы необходимо исходить из нижеследующего.

Содержание включает в себя введение; наименование всех разделов, подразделов, пунктов; заключение; список использованных источников; приложений. Для каждого элемента работы указываются номера страниц, с которых они начинаются.

Во вводной части (введении) работы необходимо кратко:

- охарактеризовать современную ситуацию, сложившуюся в производстве или на рынке исследуемой группы товаров;
- обосновать актуальность и значительность выбранной темы;
- отметить степень ее разработанности;
- указать объект и предмет исследования;
- определить цели и задачи;
- отразить источники и место сбора фактических данных (организация, предприятие торговли или промышленности);
- определить методологические приемы решения поставленных задач.

Объем вводной части не должен превышать 2-4 страниц.

Раздел первый (аналитический обзор литературы) может включать 3-5 вопросов, раскрывающих сущность рассматриваемой проблемы. По некоторым темам в нем может быть дана общая экономическая характеристика, например, состояния производства и продажи товаров с

использованием статистического материала в целом по стране, региону, области, городу.

Раздел излагается обычно на 15-20 страницах. Успешному написанию этой части работы способствует тщательный подбор литературы, обстоятельное, вдумчивое ее изучение, выявление и обобщение существующих подходов и точек зрения, критическое отношение к изучаемым документам и материалам. Необходимо показать также аргументированное отношение к известным из литературы или принятым на практике традиционным трактовкам рассматриваемых вопросов, понятий, существующим методам их решений. Материал в обзоре следует представлять в собственном изложении и избегать использования элементарных понятий и общеизвестных истин, четко соблюдать этику научного исследования, то есть представлять ссылки на автора и источник информации. Ценность работы повышает полемический характер изложения материала.

Освещение теоретических основ избранной темы выпускной квалификационной работы должно производиться с позиции современных научно – технических достижений и с учетом основных положений законодательных актов, относящихся к рассматриваемой проблеме. Данный раздел определяет наиболее важные вопросы, которые необходимо решить в работе, служит основой исследования фактических данных в последующих разделах, являющихся логическим продолжением теоретической части.

Количество использованных источников при выполнении работы должно быть 25-30.

Раздел второй (практическая часть) может включать несколько подразделов, в которых приводятся характеристика объекта исследования; описание приборов и методик испытаний, методов сбора первичной информации; порядок обработки фактических данных; излагаются и анализируются полученные результаты.

Цифровой материал (статистический и результаты проведенных исследований) для удобства анализа группируется, оформляется в виде таблиц, данные которых в текстовой части работы анализируются и комментируются. Основные результаты целесообразно иллюстрировать рисунками.

Исследуемый объект необходимо изучать в динамике, для чего исходные данные берутся за период 3-х лет, сопоставляются начальные результаты с конечными, прослеживается характер изменения их структуры, выявляются и оцениваются тенденции развития, определяются факторы, повлиявшие на состояние и динамику показателей.

При анализе статистических материалов необходимо обеспечить их сопоставимость.

Исследование проводится на основе существующих или разработанных студентом программ, методик, анкет, согласованных с научным руководителем.

В случае проведения лабораторного эксперимента необходимо выполнять все требования, обеспечивающие объективность и достоверность полученных результатов (подготовка образцов, соблюдение методик и условий испытаний, воспроизводимость опытов, обработка результатов исследования).

При использовании экспертных и социологических методов для оценки ассортимента, конкурентоспособности, показателей качества следует обосновать число опрашиваемых, (объем выработки) рассчитать степень согласованности их мнений, ошибку опыта.

Для этих целей, а также для выявления закономерностей и тенденций при обработке практического материала используются современные математико-статистические методы анализа.

Достаточная полнота, качество и репрезентативность, а также грамотная математико-статистическая обработка данных с использованием компьютера являются непременным условием объективного анализа и успешного выполнения дипломной работы. Следует обратить внимание на убедительность аргументации, краткость и точность формулировок, исключающих возможность их неоднозначного толкования; конкретность, изложения результатов работы.

Уровень работ существенно повышает наличие элементов собственного научного исследования.

В зависимости от темы 2 раздел может составлять 15-20 страниц.

Раздел третий работы должен содержать мероприятия для усовершенствования эффективности деятельности предприятия (относительно темы дипломной работы), – не более 10 стр.

Заключение является важной завершающей частью, подводящей итоги теоретического и практического разделов. В нем должны быть сформулированы по пунктам, четко, кратко, обоснованно выводы и предложения. Они должны носить конкретный характер, логически вытекать из содержания работы и отражать ее основные результаты. Предложения должны основываться на выводах; в них намечаются пути реализации рекомендаций, отмечается их целевая направленность и указываются организации (предприятия, фирмы и др.), их подразделения, которым они адресованы.

Необходимо убедительно обосновать новизну и целесообразность предложений, их экономическую эффективность или возможный социальный эффект. Заключение должно составлять 3-5 стр.

2.ОФОРМЛЕНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

2.1. Общие требования

Дипломная работа представляется в одном экземпляре.

Пример оформления титульного листа, задание для выполнения и примерный план дипломной работы приведены в приложениях. На

титульном листе после указания шифра специальности прописывается три последних цифры зачетной книжки студента.

Дипломные работы печатаются на одной стороне листа формата А4 (210x297 мм).

Поля **составляют**: справа – 10 мм; слева, сверху и снизу - 20 мм.

Шрифт: № 14 Times New Roman с полуторным интервалом между строк (абзац - междустрочный интервал - полуторный).

2.2. Оформление текстовой части работы

Введение, разделы в дипломной работе, заключение, список литературы, приложения начинаются с новой страницы.

Подразделы с новой страницы не начинают, кроме тех случаев, когда после заголовка подраздела остается четыре строки до конца страницы.

Оформление содержания. Содержание работы представляет собой **план работы**.

Нумерация глав и подразделов в плане и основной части производится арабскими цифрами.

Например,

В дипломной работе:

1 Теоретические и методологические аспекты организации маркетинга и оценки ее эффективности

1.1 Теоретические основы организации маркетинга

1.2 Социально-экономическая сущность и сущность содержание маркетинговой деятельности предприятия

1.3 Методология оценки эффективности системы маркетинга

Оформление заголовков глав. **Заголовки** разделов, подразделов, пунктов начинают с абзацного отступа и печатают строчными буквами, кроме первой прописной, без точки в конце, не подчеркивая, и отделяются от заголовка главы и текста пустыми строками.

В конце заголовков глав, подразделов, таблиц и рисунков точки не ставятся и переносы слов не допускаются.

Пример оформления заголовков глав и подразделов:

1 Теоретические и методологические аспекты организации маркетинга и оценки ее эффективности

1.1 Теоретические основы организации маркетинга

Нумерация страниц работы, включая приложения, должна быть сквозной. Первой страницей является титульный лист, второй (третьей) – содержание, последующей – введение. Номера страниц проставляют, начиная с введения, арабскими цифрами в центре нижней части листа без точки.

2.3. Оформление иллюстраций

Все иллюстрации (чертежи, схемы, графики, диаграммы, компьютерные распечатки, фотоснимки) именуется рисунками. Иллюстрации могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветными. Количество

иллюстраций (рисунков), помещенных в тексте работы, определяется ее содержанием и должно быть достаточным для того, чтобы придать излагаемому материалу наглядность. Иллюстрации следует располагать непосредственно после текста, в котором упоминаются впервые, или на следующей странице.

Иллюстрации обозначаются словом «Рисунок» и нумеруются последовательно арабскими цифрами в пределах всей работы, за исключением иллюстраций, приведенных в приложениях.

Оформление заголовков иллюстративного материала. Все иллюстрации - графики, диаграммы, рисунки, схемы - нумеруются аналогично таблицам. Так, например, внизу рисунка следует сделать надпись:

Рисунок 2.1 - График пересечения кривых спроса и предложения

В тексте работы необходимо логически увязать представленный материал и рисунок.

2.4. Оформление таблиц и формул

Оформление табличного материала. Цифровой материал при необходимости оформляется в виде таблиц. Все таблицы нумеруют арабскими цифрами (Таблица 2.1).

Надпись «Таблица 2.1» располагается над левым верхним углом таблицы, размещение – по ширине.

Например:

Таблица 2.1 - Финансово-экономические показатели деятельности предприятия за 2023 – 2025 гг., тыс. руб.

Показатели	2023 г	2024 г	2025 г

Таблицы нумеруются в зависимости от раздела, где они будут находиться.

Например:

Раздел 2 – таблица 2.1 -, в этом же разделе вторая таблица нумеруется следующим образом таблица 2.2 -и т.д.

Представление формул. Формулы необходимо располагать в центре строки и выполнять в программе «редактор формул». Нумерация формул осуществляется справа от формулы.

Например:

При расчете по нормам трудоемкости число основных рабочих списочного состава ($K_{ср}$) определяют делением трудоемкости объема производства в нормированных часах на действительный фонд времени работы одного рабочего:

$$K_{сп} = \frac{\sum N_i t_i}{F_d} \quad (i = 1, \dots, m), \quad (2.1)$$

где:

N_i — производственная программа в натуральном выражении;

t_i — плановая трудоемкость единицы продукции (работы) с учетом влияния организационных и технических мероприятий, внедряемых в планируемом году;

F_d — действительный фонд времени;

m — число наименований продукции (работ), выполняемых данной группой рабочих.

В дипломной работе при произвольном изложении сущности первоисточников или при прямом цитировании в обязательном порядке должны быть указаны ссылки на используемые источники информации.

Ссылка за текстом на литературу, указанную в списке, оформляется в конце предложения перед точкой в следующем виде: [8, с. 24-35], что означает: источник под порядковым номером 8, страницы с 24 по 35.

2.5. Оформление списка использованных источников и ссылок на них

Содержание и оформление списка используемой литературы. Список литературы является элементом библиографического аппарата, который содержит библиографические описания используемых источников и располагается с новой страницы после заключения. Список литературы отражает самостоятельную творческую работу автора и наряду с имеющимися ссылками на эту литературу позволяет сделать выводы о степени проведенного исследования.

2.6. Оформление приложений

Приложения оформляются как продолжение текста работы (за списком использованных источников) и располагаются в порядке появления ссылок на них в тексте.

3. ВЫПОЛНЕНИЕ РАСЧЕТОВ, ПОДГОТОВКА И ЗАЩИТА РАБОТЫ

3.1. Выполнение расчетной части

Для изучения деятельности торговой организации применяют комплекс научных методов, среди которых:

- общенаучные методы. К ним относятся системность, комплексность, диалектика, индукция и дедукция, анализ и синтез;
- специальные экономические методы. К ним относятся аналитические группировки, сравнение, ряды динамики, графический, индексный методы;
- методы маркетингового анализа;
- морфологические методы. К ним относится семантическое построение «дерева целей»;
- логические методы - например, сценарное прогнозирование;
- экономико-математическое моделирование. К нему относится трендовый анализ.

Одним из основных показателей деятельности торговой организации является товарооборот. Товарооборот — многогранный показатель, включающий в себя не только количество проданного товара, но и движение реализуемого сырья, материалов, финансовых затрат и прибыли.

Товарооборот – это объем продаж товаров в магазине, торговой или коммерческой компании за отчетный период времени, выраженный в денежном или натуральном измерении.

Для эффективного анализа валовой (общий) товарооборот разбивается на розничный и оптовый товарооборот (если компания реализует продукцию оптом и в розницу). Отдельный анализ розницы и опта необходим для оценки рентабельности различных каналов сбыта, реализации товаров через розничную сеть, дилеров и оптовиков.

Розничный товарооборот предприятия является одним из основных показателей, по которому оценивают хозяйственную деятельность предприятий торговли. Товарооборот оказывает влияние на финансовое состояние предприятия, прибыль, валовой доход, издержки обращения, рентабельность и т. д. Поэтому анализ розничного товарооборота имеет большое значение в работе торгового предприятия.

К основным задачам анализа розничного товарооборота следует отнести:

1. проверка выполнения планов (прогнозов) товарооборота, удовлетворения спроса покупателей на отдельные товары;
2. изучение, количественное измерение и обобщение влияния факторов на выполнение плана и динамику розничного товарооборота, комплексная оценка торговой деятельности предприятия;
3. выявление путей и возможностей роста товарооборота, повышение качества обслуживания покупателей, эффективности использования экономического потенциала (всех видов ресурсов);
4. разработку оптимальных управленческих решений по развитию розничного товарооборота торгового предприятия

На развитие розничного товарооборота оказывают влияние как внешние, так и внутренние факторы.

Внешние факторы подлежат изучению и анализу, но оказать какое-либо влияние на них торговая организация фактически не может, соответственно принимает их к сведению, подстраиваясь под существующие реалии.

Основными внешними факторами влияния на коммерческую деятельность розничных торговых предприятий являются: уровень доходов населения, процентная ставка банковского кредита, инфляционные процессы, уровень развития конкурентных отношений; нормы налогообложения, уровень безработицы и т.д. Наиболее значимый фактор политического характера - отношение правительства к отраслям экономики и регионам государства.

Внутренние факторы зависят от самой организации, которая имеет возможность их контролировать, изменять, регулировать. Данные факторы связаны:

- с обеспечением товарными ресурсами;
- эффективностью использования трудовых ресурсов;
- эффективностью использования основных средств.

Результаты факторного анализа товарооборота помогут разработать оптимальные управленческие решения для развития товарооборота торговой организации.

Таблицы расчетной части выпускной квалификационной работы (глава 2) должны быть рассчитаны на основе данных бухгалтерского учета и отчетности исследуемого предприятия за три последних года, а также на основе информации, содержащейся в товаросопроводительных документах.

Таблица 2.1 - Финансовые результаты деятельности торговой организации за 2023-2025 гг., тыс. руб.

Наименование показателя	Год			2025 г. к 2023 г., %
	2023	2024	2025	
Выручка				
Себестоимость продаж				
Валовая прибыль (убыток)				
Прибыль (убыток) от продаж				
Прочие доходы				
Прочие расходы				
Чистая прибыль (убыток)				

Показатели для заполнения таблицы берут из формы бухгалтерской финансовой отчетности торговой организации «Отчет о финансовых результатах» (Форма 0710002).

Расчеты таблиц базируются на знании формул расчета основных экономических показателей деятельности предприятия. После каждой таблицы формулируются выводы по результатам исследований.

Одним из основных объектов исследования деятельности торговой организации является ассортимент реализуемых товаров (продуктов, услуг).

На формирование структуры ассортимента влияет тип предприятия (например, розничная или оптовая торговля), его расположение, потребности целевой аудитории и другие факторы.

В главе 2 дипломной работы рассчитываются показатели ассортимента товаров торговой организации.

Товарный ассортимент характеризуют следующие свойства и показатели:

1. Ширина ассортимента — это количество ассортиментных групп во всей совокупности товарной продукции. Например, в магазине компьютерной техники — это ноутбуки, процессоры, мышки, коврики, карты памяти и т. д.

Это свойство характеризуется коэффициентом широты (Кш), который определяется по формуле:

$$Кш = Шд / ШБ * 100\% \quad (2.2),$$

где:

Кш — коэффициент широты;

Шд — широта действительная (фактическое количество видов, разновидностей и наименований товаров, имеющих в наличии);

ШБ — широта базовая, принятая за основу для сравнения (максимально возможное количество).

Ширина может служить косвенным показателем насыщенности рынка товарами. В торговле для широкого ассортимента требуются дополнительные площади торгового зала для выкладки товаров, кроме того, увеличиваются транспортные расходы. В то же время ширина не может служить единственным показателем рациональности ассортимента.

2. Глубина ассортимента — это количество изделий в одной ассортиментной группе, число модификаций товара в одной товарной группе. Например, для ноутбуков может использоваться принцип разбиения по брендам (Apple, Samsung, Lenovo и т. д.) В продуктовом магазине глубина ассортимента может измеряться в других показателях: так, молоко можно разбить следующим образом: коровье, козье, миндальное, кокосовое и т. д.

3. Полнота ассортимента — это соответствие видов и количества товаров в наличии с ассортиментом, который предусмотрен маркетинговой стратегией и должен в полной мере удовлетворять спрос покупателей. Иными словами, это то, в какой мере компания в данный момент способна удовлетворять свою целевую аудиторию. Полнота ассортимента характеризуется действительными и базовыми показателями и коэффициентом полноты (Кп), который определяется по формуле:

$$Кп = Пд / ПБ * 100\% \quad (2.3),$$

где:

Кп — коэффициент полноты;

Пд — полнота действительная (фактическое количество видов, разновидностей и наименований товаров однородной группы);

ПБ — полнота базовая (планируемое количество).

4. Устойчивость ассортимента — способность набора товаров однородной группы удовлетворять одинаковые потребности, спрос на одни и те же товары. Определяется по формуле:

$$K_y = Y / Шд * 100\% \quad (2.4),$$

где:

Ку — коэффициент устойчивости;

У — устойчивость (количество видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей);

Шд — широта действительная.

5. Новизна ассортимента. Коэффициент новизны ассортимента рассчитывается как соотношение числа новых товарных групп (или подгрупп), входящих в ассортимент, и их фактическое число:

$$K_n = H / ШД \times 100\% \quad (2.5),$$

где:

Кн — коэффициент новизны;

Н — количество новинок;

ШД — действительная широта (общее количество наименований товаров).

При формировании ассортимента осуществляется регулирование комплекса свойств и показателей ассортимента, что требует понимания их сути и знания номенклатуры свойств и показателей ассортимента. Нужно также учитывать и классификацию товаров по таким признакам, как частота спроса на товары (товары повседневного, периодического, редкого спроса), а также стабильность спроса (стабильный, твердо сформулированный, альтернативный, импульсивный, с резкими колебаниями).

Анализ структуры ассортимента реализуемых товаров(услуг) должен проводиться на основе расчетов таблицы 2.2.

Таблица 2.2 – Структура ассортимента реализуемых товаров (услуг) в торговой организации за 2023-2025 гг.

Виды товаров	2023 г.		2024 г.		2025 г.		2024 г. к 2022
	тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	% к итогу	

(услуг)							г., %
Итого		100,0		100,0		100,0	

При выявлении конкурентных преимуществ торговой организации выделяют основные критерии, по которым проводится сравнительный анализ.

Таблица 2.3 – Сравнение конкурентных преимуществ торговых организаций

Критерии	Конкурент 1	Конкурент 2	Исследуемая организация
Цена			
Локации			
Акции			
Узнаваемость			
Внутренний контроль качества			
Специальные условия			
Регулярные акции			

Во 2 главе дипломной работы при оценке внешней среды проводится анализ деятельности торговой организации по направлениям:

- сильные стороны — внутренние преимущества компании или проекта;
- слабые стороны — внутренние недостатки, которые мешают развитию;
- возможности — внешние факторы, которые можно использовать для роста;
- угрозы — внешние риски, которые могут навредить бизнесу.

Цели анализа:

1. Оценка конкурентоспособности — понимание своих преимуществ и недостатков по сравнению с конкурентами.

2. Выявление рисков — определение потенциальных угроз для бизнеса до того, как они станут проблемой.

3. Поиск новых возможностей — обнаружение перспективных направлений для развития.

4. Принятие стратегических решений — основа для разработки стратегии компании.

5. Оценка инвестиционной привлекательности — понимание сильных и слабых сторон бизнеса для инвесторов.

6. Определение конкретных проблем — анализ ситуации для выхода из кризиса или преодоления трудностей.

7. Оптимизация ресурсов — определение, на что стоит направить усилия и средства.

Оценку сильных и слабых сторон, возможностей и угроз деятельности организации целесообразно представить в виде квадранта (см. образец Рис.1).

Сильные стороны: Масштабная региональная сеть; Широкая номенклатура товаров, пользующихся спросом; Налаженные долгосрочные прямые связи с поставщиками	Слабые стороны: Текучесть кадров; Недовольство персонала из-за нарушений Трудового Кодекса; Недостаточно обученный персонал
Возможности: Стабильный спрос на продукцию при переходе на более низкую ценовую категорию; Расширение ассортимента товаров за счет продуктовой линейки Наличие неохваченных регионов РФ	Угрозы: Усиление конкуренции в отрасли продаж; Негативные колебания курса валют; Возможность штрафов за неправильное оформление магазинов; Снижение покупательской способности населения

Рисунок 1 – Оценка сильных и слабых сторон, возможностей и угроз деятельности организации

Этот многосторонний анализ представляет собой метод стратегического планирования, который помогает выявить факторы внутренней и внешней среды организации.

С помощью анализа деятельности торговой организации можно оценить ее экономическое положение на рынке товаров (услуг) и спланировать дальнейшие действия по развитию и укреплению конкурентоспособности.

Разработка маркетинговых мероприятий главы 3 дипломной работы предполагает конструирование ассортиментной матрицы.

При формировании ассортиментной матрицы нужно учитывать классификацию товаров по группам категорий, каждая из которых выполняет определенные функции. Отдельный анализ и учет в ассортиментной матрице каждой категории товаров поможет в большей степени удовлетворить потребности покупателей.

Формировать ассортиментную матрицу нужно до открытия магазина. Для этого следует пройти ряд последовательных этапов.

Правильно составленная матрица позволит избежать серьезных финансовых издержек и сделает выход на точку безубыточности максимально быстрой.

Минимальная классификация товаров по группам выглядит так:

- товары - локомотивы;
- товары - заменители;
- статусные товары;
- сопутствующие товары.

На основе комплексного анализа деятельности торговой организации и оценки возможных рисков при внедрении предлагаемых маркетинговых мероприятий, разрабатывается ассортиментная матрица торговой организации (таблица 3.1) и проводится оценка их экономической эффективности.

Таблица 3.1 – Ассортиментная матрица торговой организации (проект)

Товарная группа	Товарная категория	Наименование товарной позиции	Поставщик	Входит в ассортиментный минимум	Цена за единицу

На основе проведенного анализа в 3 главе дипломной работы разрабатывается маркетинговый план.

Структура маркетингового плана (Рис.2) может различаться в зависимости от размера компании и целей, но большинство документов включают стандартные разделы.

Основные разделы маркетингового плана включают:

- анализ текущей ситуации — описывают положение бизнеса на рынке, его сильные и слабые стороны;

- портрет целевой аудитории — фиксируют, кто покупает у компании: сколько лет клиентам, где они живут, какой у них доход, семейное положение, интересы, боли и потребности. Всю аудиторию разделяют на сегменты по схожим характеристикам;

- цели маркетинговых активностей — формулируют результаты, которых компания хочет достичь за период. Например, увеличить продажи на 30%, привлечь 500 новых клиентов, повысить узнаваемость бренда;

- каналы продвижения — перечисляют инструменты, которые компания будет использовать: контекстную рекламу, таргетированные объявления, контент-маркетинг, event-маркетинг. Для каждого канала указывают, какие задачи он решает и как вписывается в общую стратегию;

- бюджет — в этом разделе прописывают, какие средства компания выделяет на маркетинг и как они распределяются между каналами.



Рисунок 2 - Структура маркетингового плана

Маркетинговый план позволяет решить ряд задач:

1. Проанализировать состояние рынка, спрос на продукт, выявить, насколько целесообразно производство новых продуктов;
2. Запланировать меры, с помощью которых компания сможет достичь поставленных маркетинговых целей;
3. Выбрать каналы для установления надежного контакта с аудиторией;
4. Оценить ход работы и при необходимости внести коррективы;
5. Повысить эффективность работы команды, понять, что должны делать ее участники;
6. Проанализировать состояние бизнеса, найти ресурсы для маркетинговых мероприятий;
7. Выявить возможные точки роста;
8. Облегчить поиск инвестиций;
9. Провести исследование слабых мест конкурентов, улучшить конкурентоспособность компании в целом;
10. Составить подробное руководство для всех сотрудников, объединить их усилия и направить на достижение общей цели.

На основе маркетингового плана составляется план мероприятий с учетом затрат и ожидаемой выручки от их реализации. План мероприятий представляют в табличной форме, с обоснованием расчетов по тексту работы.

Таблица 3.2– План маркетинговых мероприятий торговой организации

	Планируемые	Планируемая	Финансовый
--	-------------	-------------	------------

Мероприятие	затраты, тыс. руб.	выручка, тыс. руб.	результат от внедрения маркетинговых мероприятий, тыс. руб. (+; -)

Для исследования и выявления предпочтений покупателей — целевой аудитории (ЦА) торговых организаций используют различные методы, которые можно разделить на качественные и количественные.

Качественные методы помогают глубже понять мотивацию, ценности и скрытые потребности аудитории. К ним относятся:

- глубинные интервью. Продолжительные беседы с представителями ЦА, которые позволяют детально изучить их опыт, восприятие и потребности;
- фокус-группы. Групповая встреча, на которой 6–10 человек обсуждают заданную тему, высказывают мнение и дают рекомендации;
- этнографические исследования. Наблюдение за потребителями в естественной среде;
- контент-анализ отзывов. Систематическое изучение того, что пользователи говорят о бренде или продукте в социальных сетях, на форумах, в обзорах;
- проективные техники. Методы, позволяющие обойти рациональные барьеры респондентов через ассоциации, незавершённые предложения, коллажи и другие творческие задания.

Количественные методы используются для сбора статистически значимых данных, выявления закономерностей и измерения масштабов. Некоторые из них:

- онлайн-опросы и анкетирование. Позволяют быстро собрать большой объём структурированных данных;
- анализ веб-аналитики. Изучение поведения пользователей на сайте или в приложении: времени на странице, глубины просмотра, тепловых карт кликов, конверсионного пути;
- статистический анализ продаж. Выявление корреляций между характеристиками клиентов и их покупательским поведением, сезонных трендов, эффективности различных каналов продаж;
- регулярное измерение ключевых метрик бренда: узнаваемости, лояльности, воспринимаемой ценности, намерения к покупке.

Для наиболее объективных результатов рекомендуется использовать триангуляцию — сопоставление данных из разных количественных

источников, а также комбинирование количественных и качественных методов исследования.

При планировании маркетинговых мероприятий для конкретной торговой организации разрабатываются проекты по планировке торговых залов с расположением торгово-технологического оборудования (для новой организации) и по перепланировке в действующей торговой организации в целях улучшения и рационализации процессов торговли и обслуживания покупателей.

Планировка торгового зала — стратегическое распределение торговой площади внутри магазина, включающее размещение полок, стенов, касс и других элементов. Перепланировка торгового зала может повысить эффективность работы магазина.

Основная цель планировки и перепланировки — создать удобное и привлекательное пространство, содействующее лёгкости навигации и стимулирующее покупки.

Задачами планировки и перепланировки являются:

- увеличение продаж. Перепланировка улучшает доступность товаров для покупателей, облегчает навигацию, что способствует импульсным покупкам;

- представление новых товаров. Если магазин меняет ассортимент, то перепланировка позволяет лучше показать новые товары покупателям;

- улучшение работы персонала. Например, оптимизация работы кассиров или продавцов-консультантов;

- создание комфортных зон. Чёткие тематические отделы или уютные примерочные повышают удобство выбора и, как следствие, конверсию;

- улучшение микроклимата. Комфортный микроклимат (температура, свежий воздух) влияет на время, которое покупатели готовы провести в магазине, и на их общее впечатление.

При этом важно учитывать, что любые изменения в конструкции здания должны быть законными. Несанкционированная перепланировка может привести к трещинам в стенах, проблемам с отоплением или аварийным ситуациям.

Для оценки экономической эффективности маркетинговых мероприятий используют разные показатели.

1. Финансовый показатель, который измеряет прибыльность инвестиций относительно их стоимости (ROI), иначе говоря, он показывает, сколько денег приносит каждый вложенный рубль. Этот показатель универсален и применяется как для оценки эффективности маркетинговых кампаний, так и для анализа долгосрочных инвестиций в производственные активы. В маркетинге ROI чаще всего используют для оценки рентабельности каналов привлечения трафика или стратегии продвижения в целом. ROI можно рассчитывать за любой период — месяц, квартал, год или весь срок работы проекта. Базовая формула ROI:

$$ROI = (ЧП / СИ) \times 100\% \quad (2.6),$$

где:

ROI – прибыльность (доходность) инвестиций, %;

ЧП - чистая прибыль — разница между полученным доходом и общими затратами;

СИ - стоимость инвестиций — сумма всех вложенных средств.

В некоторых случаях используется модификация формулы:

$$ROI = ((ДИ - СИ) / СИ) \times 100\% \quad (2.7),$$

где:

ДИ – доход от инвестиций;

СИ - стоимость инвестиций.

При расчёте ROI в расходы нужно включать не только прямые затраты на рекламу, но и косвенные расходы: зарплаты маркетологов, затраты на аналитику, производство контента.

2. Показатель окупаемости затрат на маркетинг (ROMI). Он показывает, сколько денег бизнес получает на каждый вложенный в рекламу рубль. Формула для расчета выглядит так:

$$ROMI = (DM - ZM) / ZM \times 100\% \quad (2.8),$$

где:

ROMI - окупаемость затрат на маркетинг. %;

DM – доход от маркетинга;

ZM - затраты на маркетинг.

Доход от маркетинга включает не только прямые продажи, но и долгосрочную ценность клиентов. Затраты на маркетинг учитывают все аспекты: от затрат на рекламу до зарплаты сотрудников. Важно включать скрытые затраты, такие как время на подготовку и реализацию кампаний, стоимость инструментов и платформ.

3. Показатель эффективности рекламной кампании, который определяет её окупаемость (ROAS), показывает отдачу от конкретных рекламных расходов. Формула расчёта:

$$ROAS = (DP / ZP) \times 100\% \quad (2.9),$$

где:

ROAS - окупаемость рекламной кампании, %;

DP - доходы с рекламы;

ZP – расходы (затраты) на рекламу.

Результат можно представить как в процентах, так и в формате соотношения (например, 4:1 или 400%, что означает: на каждый вложенный рубль получено

4 рубля выручки). Если ROAS меньше 100%, рекламную кампанию считают убыточной, если больше 100% — выгодной.

4. Стоимость привлечения клиента (CAC) - показывает, во сколько обходится один новый клиент. CAC учитывает не только затраты на рекламу, но и другие расходы: зарплаты маркетологов и менеджеров по продажам, стоимость CRM-систем, сервисов телефонии и другие. Есть несколько формул расчета:

а) Базовая — включает только затраты на продвижение:

$$CAC = OЗ / КП \quad (2.10),$$

где:

CAC - стоимость привлечения клиента;

OЗ – общие затраты на маркетинг и продажи;

КП - Количество новых клиентов (покупателей).

б) Расширенная — учитывает все затраты на рекламу и продажи, включая зарплаты сотрудников, накладные расходы, программы и инструменты для работы. Формула для расчета:

$$CAC = (\text{Расходы на рекламу} + \text{Выплаты работникам} + \text{Затраты на ПО} + \text{Накладные расходы}) / \text{Количество новых клиентов}$$

5. Темп роста выручки (ТРВ) — позволяет узнать, привела ли реализация маркетинговой стратегии к повышенному спросу на товары или услуги:

$$ТРВ = (B2 / B1) \times 100\% \quad (2.11),$$

где:

ТРВ — темп роста выручки;

B2 — выручка за текущий период;

B1 — выручка за предыдущий период.

3.2. Подготовка к защите работы

Дипломная работа должна быть подписана студентом (в конце заключения), листы сброшюрованы или переплетены. Порядок брошюровки дипломной работы следующий: титульный лист с соответствующими подписями (приложение С); задание на выполнение дипломной работы (приложение D); содержание; основная часть; заключение; список использованных источников; приложения.

Полностью оформленная дипломная работа с подписями на титульном листе научного руководителя и студента передается на проверку и прохождение нормоконтроля по стандартам оформления ответственному

лицу и сдается вместе с заверенной рецензией и отзывом руководителя не позднее, чем за 5-7 дней до назначенного срока защиты.

В письменной рецензии должна быть отмечена актуальность темы; указаны достоинства и недостатки дипломной работы, самостоятельность и оригинальность выводов и предложений; выражено мнение об уровне теоретической подготовки студента и его умении использовать свои знания при решении практических задач; отмечены практическая и научная ценность работы для организации (предприятий, фирмы, таможенной службы), качество оформления, стиль и грамотность изложения; дана ее общая оценка (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно). Рецензия пишется на стандартных бланках, подпись рецензента заверяется печатью.

Ценность выпускной работы значительно возрастает, если она выполнена по заявке, и ее практическая значимость и возможный экономический эффект подтверждены соответствующей справкой или другими документами, выданными предприятием, организацией торговли и др., на базе и материалах которых работа выполнена.

В справке должны быть конкретно указаны рекомендации, которые представляют интерес для данного предприятия (организации и др.) и могут быть использованы в их повседневной деятельности.

Заявка и справка должны быть подписаны руководством предприятия (организации) и заверены печатью. Акт об экономической эффективности оформляется в утвержденном порядке.

3.3. Защита выпускной квалификационной работы

Студент готовит к защите выступление (доклад) на 7-10 минут. В нем должна быть отражена актуальность выбранной темы, определены цель и задачи работы, четко изложены ее основные положения и результаты, сформулированы выводы и обоснованы предложения, а также даны ответы на замечания рецензента. Особое внимание следует уделить освещению практической части работы и возможности использования ее основных результатов и выводов в практической деятельности предприятий (организаций) торговли.

Общая оценка дипломной работы выносится с учетом качества выполнения работы и доклада студента, его ответов на вопросы при защите, отзывов руководителя и рецензента.

Критериями оценки качества выполнения дипломной работы являются:

- актуальность и значимость темы исследования;
- востребованность исследования, подтвержденного заявкой торговой (промышленной) фирмы (предприятия, организации) таможенной службы на его проведение и справкой о внедрении результатов в практическую деятельность;
- четкость формулирования цели и задач работы;

-новизна и научный уровень исследований, обусловленный, в частности, установлением закономерностей изменения изучаемых параметров, оценкой тенденций их развития, разработкой путей оптимизации и т.д.;

-взаимосвязь и обусловленность всех частей (разделов, подразделов, пунктов) работы;

-логичность и последовательность расположения рассматриваемых вопросов, равномерность распределения материала по разделам, подразделам, пунктам;

-полнота проработки и обобщение материалов литературных источников, целенаправленность их использования для раскрытия сущности рассматриваемой проблемы;

-разработанность темы, определяемая глубиной и полнотой анализа литературных, экспериментальных и фактических данных;

-завершенность исследования, т.е. степень достижения цели и решения поставленных задач;

-грамотность, логичность, четкость, информативность, профессионализм изложения материала, убедительность комментариев, уровень обобщений;

-уровень использования компьютерных технологий и математико-статистических методов, определяющий объективность и достоверность результатов исследований;

-владение методикой исследования вопросов, поставленных в работе;

-четкость формулирования, обоснованность выводов, полного отражения внешних результатов исследования;

-адресность, конкретность, реальность рекомендаций;

-соответствие оформления работы предъявляемым требованиям;

-ориентировочная экономическая эффективность или предполагаемый социальный эффект;

-четкость и конкретность изложения основных положений и результатов работы при защите;

-аргументированность ответов на замечания рецензентов и вопросы, заданные при защите работы.

Список литературы:

1.Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по

отраслям), утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 15 мая 2014 г. N 539 с изменениями и дополнениями от 13 июля 2021 г., 1 сентября 2022 г.;

2. Арустамов, Э.А. Техническое оснащение торговых организаций: учеб. для студентов учреждений сред. проф. образ./ Арустамов Э.А.-3-е изд., стер.-М.: Издательский Центр «Академия» 2017.- с.208;

3. Брагина, Л.А., Данько, Т.П. Торговое дело: экономика и организация: Учебник/Под общ. ред. проф. и проф.- М.: ИНФРА-М, 2017.- 256с.;

4. Дашков, Л.П., Памбухчиянц, В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: Учебник для студентов высших учебных заведений. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИВЦ «Маркетинг», 2017. - 336 с.;

5. Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебник / О.В. Памбухчиянц; Л.П. Дашков. — 6-е изд. — Москва: ИТК «Дашков и К», 2023.— 398 с.;

6. Ким, С.А. Маркетинг: учебник / С.А. Ким. — 5-е изд., стер. — Москва: ИТК «Дашков и К», 2023.— 258 с.;

7. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия: учебник / И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич; Т.Н. Парамонова. — 4-е изд., стер. — Москва: ИТК «Дашков и К», 2023.— 282 с.;

8. Памбухчиянц, О.В. Организация коммерческой деятельности: учебник / О.В. Памбухчиянц. — 7-е изд. — Москва: ИТК «Дашков и К», 2023. — 266 с.;

9. Памбухчиянц, О.В. Организация торговли: учебник / О.В. Памбухчиянц. — 5-е изд. — Москва : ИТК «Дашков и К», 2023.— 294 с.;

10. Организация торговли: учебник / С.И. Жулидов. — М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2018. — 352 с.;

11. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / Канке А.А., Кошечкина И.П., - 2-е изд., испр. и доп. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 288 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Примерные темы выпускных квалификационных работ для специальности

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

1. Государственное регулирование коммерческой деятельности.
2. Инновационные направления в коммерции.
3. Теоретические основы коммерческой деятельности.
4. Анализ хозяйственных связей розничных торговых предприятий и пути их совершенствования.
5. Управление товарными запасами и потоками в коммерческой деятельности.
6. Приемка товаров по количеству и качеству и его регулирование в коммерческой деятельности.
7. Соблюдение правил торговли в торговом предприятии.
8. Анализ соблюдения нормативно - правовых актов при оказании услуг в розничной торговле.
9. Характеристика видов и типов организаций розничной торговли.
10. Характеристика видов и типов организаций оптовой торговли.
11. Услуги оптовой торговли и пути их совершенствования.
12. Услуги розничной торговли и пути их совершенствования.
13. Организация торговли в розничных торговых предприятиях.
14. Организация торговли в оптовых предприятиях.
15. Организация хранения товаров в розничном предприятии.
16. Организация и технология продажи товаров в торговом предприятии, пути их совершенствования.
17. Качество торгового обслуживания и ее влияние на эффективность работы предприятия.
18. Роль и значение технологических процессов в организации коммерческой деятельности торгового предприятия.
19. Транспортное обслуживание и его роль в коммерческой деятельности.
20. Организация и соблюдение правил охраны труда в торговом предприятии.
21. Производственный травматизм и профзаболевания, способы предупреждения.
22. Современные средства упаковки и пакетирования в торговле.
23. Коммерческая информация и ее способы защиты.
24. Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятия.
25. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в оптовой торговле.
26. Организация и управление коммерческой деятельностью в розничной торговле.
27. Организация и технология складских операций на предприятии оптовой торговли.
28. Организация и технология складских операций на предприятии розничной торговли.
29. Технология предпродажной подготовки товаров.
30. Технология размещения и выкладки товаров в торговом зале.

31. Торгово-технологическое оборудование предприятий розничной торговли.
32. Рекламно-информационная работа (на материалах предприятия).
33. Разработка маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка.
34. Маркетинговые коммуникации и их характеристика.
35. Анализ маркетинговых мероприятий торгового предприятия.
36. Продвижение и сбыт товаров с использованием маркетинговых коммуникаций.
37. Оценка конкурентоспособности предприятия.
38. Оценка конкурентоспособности товара.
39. Управление службой маркетинга на предприятии.
40. Маркетинговые исследования рынка (на примере товарной группы)
41. Теоретические аспекты маркетинговой деятельности.
42. Анализ маркетинговой среды организации.
43. Формирование спроса и стимулирование продаж на предприятиях торговли.
44. Изучение спроса на товары в торговом предприятии.
45. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия.
46. Документационное оформление кассовых операций на предприятии розничной торговли.
47. Документационное оформление операций купли-продажи предприятий оптовой торговли.
48. Инвентаризация товарно-материальных запасов торгового предприятия.
49. Формирование ассортимента товаров в предприятиях розничной торговли.
50. Оценка качества продовольственных товаров (на примере конкретных товарных групп).
51. Оценка качества непродовольственных товаров (на примере конкретных товарных групп).
52. Экспертиза качества продовольственных товаров (на примере конкретных товарных групп).
53. Экспертиза качества непродовольственных товаров (на примере конкретных товарных групп).
54. Ассортиментная идентификация товаров в торговом предприятии (на примере конкретных товарных групп).
55. Маркировка как средство идентификации товаров.
56. Товарные потери и меры по их предупреждению.
57. Контроль режима и сроков хранения товаров.
58. Влияние условий и сроков хранения на качество товаров.
59. Анализ ассортимента и товароведная характеристика продовольственных товаров магазина розничной торговли.
60. Анализ ассортимента и товароведная характеристика непродовольственных товаров магазина розничной торговли.
61. Анализ товарного ассортимента оптового торгового предприятия.

62. Соблюдение санитарно-эпидемиологических требований на торговом предприятии.
63. Функциональные свойства непродовольственных товаров: квалификация, номенклатура показателей.
64. Функциональные свойства продовольственных товаров: классификация, номенклатура показателей.
65. Безопасность товаров: проблемы, показатели и факторы безопасности.
66. Организация работы контролера-кассира.
67. Организация рабочего места продавца продовольственных товаров.
68. Организация рабочего места продавца непродовольственных товаров.
69. Организация работы продавца-консультанта.
70. Организация работы менеджера отдела продаж торгового предприятия.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Примерная структура дипломной работы

Тема 1: Анализ организации оснащения торговой мебелью продуктового магазина (на примере конкретного предприятия)

Введение

1 ОСНОВЫ ТЕХНИЧЕСКОЙ ОСНАЩЕННОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

1.1 Технологическая планировка магазинов и их влияние на результат хозяйственной деятельности торговой организации

1.2 Роль, содержание и задачи технической оснащённости. Классификация и основные виды торговой мебели в магазине

1.3 Выбор и определение потребности в торговой мебели для магазина

1.4 Вспомогательная мебель для магазина

2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (на примере торгового предприятия)

2.1 Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия

2.2 Организация оснащённости торговой мебелью

2.3 Организация оснащённости холодильной мебелью

3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ОСНАЩЕННОСТИ ТОРГОВОЙ МЕБЕЛЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

3.1 Мероприятия по совершенствованию оснащённости торговой мебелью

3.2 Обоснование дополнительных затрат

Заключение

Список использованных источников

Приложения

ПРИЛОЖЕНИЕ С

Титульный лист (образец для оформления)

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
ФГБОУ ВО Иркутский ГАУ
Колледж автомобильного транспорта и агротехнологий

Допустить к защите:
Директор, к.п.н.
_____ /Н.Н.Бельков/
« ___ » _____ 2024 г.

Дипломная работа

Соблюдение правил торговли в специализированных магазинах

СХ АО «Белореченское»

Пояснительная записка
ДР 38.02.04.511.00.00 ПЗ

Автор
_____ В.А. Чернова

Руководитель
_____ В.Н. Бельков

Молодежный 2026

УТВЕРЖДАЮ:
Заместитель директора по УР
_____ Чернигова Е.Н.
«_____» _____ 2026 г.

З А Д А Н И Е
на дипломную работу

студенту специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Ф.И.О. Черновой Вере Андреевне.

Тема дипломной работы Соблюдение правил торговли в специализированных магазинах СХ АО «Белореченское»

Исходные данные: 1. История развития и краткая организационно-экономическая характеристика СХ АО «Белореченское». 2. Данные о сети фирменных магазинов предприятия. 3. Статистические данные и данные бухгалтерского учета и отчетности предприятия.

Содержание пояснительной записки

Введение

6. Теоретическая часть.

7. Анализ организационно-экономической деятельности предприятия.

8. Мероприятия по совершенствованию торгового обслуживания в специализированных магазинах СХ АО «Белореченское».

Заключение.

Список источников литературы.

Приложение.

График выполнения разделов дипломной работы

Наименование разделов	Распределение, %	Дата выполнения
-----------------------	------------------	-----------------

Введение	5	21.04.2026
1.Выполнение теоретической части работы	30	04.05.2026
2.Выполнение аналитической части работы	30	15.05.2026
3.Разработка и написание расчетной части работы	30	03.06.2026
Заключение	5	05.06.2026

Руководитель дипломной работы / _____ / Бельков Виктор Николаевич

Дата выдачи задания: 15.04.2024 г.

Дата выполнения дипломной работы: 08.06.2026 г.

Студент / _____ / Чернова Вера Андреевна.

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Отзыв на дипломную работу (образец)

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО Иркутский ГАУ
Колледж автомобильного транспорта и агротехнологий

О Т З Ы В
на дипломную работу

Фамилия, имя и отчество выпускника Чернова Вера Андреевна.
Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям

Тема дипломной работы: Соблюдение правил торговли в специализированных магазинах СХ АО «Белореченское»

Объем дипломной работы: количество страниц основной части 65;
количество страниц пояснительной записки 3.

Заключение о степени соответствия выполненной работы заданию руководителя. Дипломная работа выполнена в соответствии с выданным заданием.

Чернова Вера Андреевна приступила к выполнению дипломной работы своевременно. В ходе выполнения работы проявила самостоятельность и умение пользоваться специальной литературой и справочными материалами. Положительные стороны дипломной работы: Все разделы выполнены в полном объёме

Замечания по дипломной работе: не во всех разделах приведены ссылки на литературу.

Характеристика подготовки дипломника. Дипломант подготовлен по общеобразовательным и специальным дисциплинам.

Заключение и предполагаемая оценка.

Дипломная работа заслуживает оценки 4 «хорошо», а его автор Чернова Вера Андреевна присвоения квалификации: менеджер по продажам.

Руководитель дипломной работы: Бельков Виктор Николаевич
/ _____ /

« _____ » _____ 2026 г.

Рецензия на дипломную работу (образец)

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
ФГБОУ ВО Иркутский ГАУ
Колледж автомобильного транспорта и агротехнологий

РЕЦЕНЗИЯ

на дипломную работу студента специальности
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Чернова Вера Андреевна

Дипломная работа на тему: Соблюдение правил торговли в специализированных магазинах СХ АО «Белореченское»

Выполнена студентом в объеме:

- пояснительной записки к дипломной работе на 3 страницах;
- основной части дипломной работы на 65 страницах.

1 Пояснительная записка выполнена в полном объеме в соответствии с выданным заданием.

2 Основная часть состоит из: _____

3 Заключение. Дипломная работа выполнена в соответствии с заданием руководителя и отвечает требованиям, предъявляемыми к ее выполнению. Замечания: недостаточно ссылок на использованные источники литературы.

Дипломная работа заслуживает оценки 4 «хорошо», а его автор Чернова Вера Андреевна присвоения квалификации менеджер по продажам по специальности 38.02.04 «Коммерция» (по отраслям).

Рецензент: _____
(должность, фамилия, имя, отчество)

_____/_____/_____
(подпись) (расшифровка подписи)

« _____ » _____ 20__ г.

М.П.

ПРИЛОЖЕНИЕ J

**Унифицированные требования к оформлению выпускной
квалификационной работы (дипломной работы)**

№	Объект унификации	Параметры унификации
1	Формат листа бумаги	A4
2	Размер шрифта	14 пунктов
3	Название шрифта	Times New Roman
4	Междустрочный интервал	Полуторный
5	Количество строк на странице	28 – 30 строк (1800 печатных знаков)
6	Абзац (красная строка)	1,00 см
7	Поля (см)	Левое, верхнее, нижнее – 2 см, правое – 1,0 см
8	Режим выравнивания текста	По ширине без переносов
9	Общий объем	55-65 стр. машинописного текста
10	Введение	2 – 4 стр. машинописного текста
11	Основная часть	40 – 50 стр. машинописного текста
12	Заключение	3 – 5 стр. машинописного текста
13	Нумерация страниц	Сквозная, в нижней части листа посередине. На титульном листе номер страницы не проставляется, но учитывается
14	Последовательность структурных частей работы	Титульный лист. Задание на выполнение дипломной работы. Содержание. Введение. Основная часть. Заключение. Список использованных источников. Приложения.
15	Оформление структурных частей работы	Каждая структурная часть начинается с новой страницы. Наименования приводятся с абзаца с прописной (заглавной) буквы, шрифт полужирный. Точка в конце наименования не ставится.
16	Структура основной части	2-3 главы, соразмерные (примерно одинаковые) по объему
17	Состав списка использованных источников	25-30 библиографических описаний документальных и литературных источников
18	Наличие приложений	Таблицы, рисунки, диаграммы
19	Оформление содержания	Содержание включает в себя заголовки всех разделов, глав, параграфов, приложений с указанием страниц начала каждой части