

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БРЕСТСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

**Кафедра менеджмента и маркетинга**

**Методические рекомендации  
И  
рабочая программа**

*по преддипломной практике  
и по выполнению дипломной работы  
для студентов специальности Э.02.02.00*

*“Маркетинг”*

*специализация Э.02.02.01*

*“Маркетинг в сфере производства товаров и услуг”  
(дневная и заочная форма обучения)*

**Брест 2000**

УДК 681.3.6.

Методические рекомендации разработаны в соответствии с Инструкцией по подготовке, оформлению и представлению к защите дипломных проектов (работ) в высших учебных заведениях, утвержденной приказом Министра образования Республики Беларусь от 27.06.1997 г. № 356, образовательным стандартом специальности Э.02.02.00 "Маркетинг"(РД РБ 02100.5.126-98) стандартом института СТ БПИ-01-98, учебным планом специальности Э.02.02.00.

Составители: А.П. Радчук доцент, к.т.н.  
Ю.Н. Павлючук доцент, к.т.н.  
В.В. Веремейко доцент, к.э.н.  
Н.Г. Надеина ст.преподаватель

# **Рабочая программа по преддипломной практике.**

## **1. Введение**

В соответствии с образовательным стандартом, действующими учебными планами и графиками учебных процессов, утвержденными Министерством образования Республики Беларусь для этой специальности преддипломная практика проводится после завершения теоретического обучения и сдачи зачетов и экзаменов зимней экзаменационной сессии и сдачи государственного экзамена по специальности.

Продолжительность практики - 12 недель.

Целью практики является закрепление теоретических знаний, полученных студентами в период обучения в ВУЗе и сбор исходных данных для выполнения дипломной работы.

## **2. Организация практики**

Базовыми предприятиями для прохождения преддипломной практики являются промышленные предприятия, банки, производственно-коммерческие фирмы, а также предприятия, осуществляющие деятельность на рынке производства товаров и оказания услуг.

Часть проектных разработок в составе дипломной работы для реальных организаций могут быть выполнены по заданию предприятия с целью их использования для практической деятельности.

В период преддипломной практики студенты должны также оказывать реальную помощь предприятиям в подготовке плановых, организационных документов, выполнять задания по исследовательским работам в интересах предприятия.

База практики определяется кафедрой МиМ совместно с заведующим производственной практикой института в соответствии с тематикой дипломных работ. Подбор тем для дипломной работы происходит в период

производственной практики, а закрепление тем за каждым студентом производится после рассмотрения и утверждения их на совете факультета и издания приказа ректора института.

В приказе о направлении на преддипломную практику назначаются:

- руководители дипломной работы из числа преподавателей кафедры и высококвалифицированных специалистов народного хозяйства,
- руководители преддипломной практики из числа преподавателей кафедры.

До начала практики кафедра проводит общее собрание студентов-дипломников для ознакомления с целями и задачами практики. Студенты проходят инструктаж по технике безопасности и расписываются в соответствующем журнале.

Руководители должны дать необходимые пояснения по сбору данных для выполнения дипломных работ и определить задачи исследовательского характера.

### **3. Формы и методы контроля практики**

Общий контроль за прохождением практики возлагается на руководителя от института, текущий контроль осуществляется руководителем практики, назначенным приказом по организации в которой студент проходит практику.

Документами для текущего контроля практики являются программа и график прохождения практики.

Итоговым контролем практики является проверка и прием отчета студента на кафедре в первые 2 - 3 дня после окончания практики.

Конечным итогом проведения практики является дифференцированный зачет, получаемый студентом после защиты отчета.

Общие результаты практики, выражающиеся в полноте и достоверности собранных материалов, во-многом определяют качество дипломной работы.

Студенты, не выполнившие программу практики, получившие неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляются повторно на практику за свой счет, либо отчисляются из института.

# Методические указания по преддипломной практике

## 1. Цели и задачи преддипломной практики

Преддипломная практика является продолжением учебного процесса и подготовительной стадией для выполнения дипломной работы в соответствии с заданием, выданным кафедрой менеджмента и маркетинга.

Целью практики является закрепление теоретических знаний, полученных студентами в период обучения в ВУЗе и сбор исходных данных для выполнения дипломной работы.

Задачи практики в соответствии с содержанием дипломной работы на кафедре МиМ:

- приобретение навыков применения в реальных производственных условиях теоретических знаний, полученных при изучении специальных дисциплин;
- изучение практики и применения комплекса маркетинга на предприятии, которое является объектом практики;
- изучение влияния маркетинга на экономику предприятия, методики анализа и планирования основных технико-экономических показателей деятельности предприятия;
- изучение маркетинговых функций, соответствующих теме дипломной работы;
- апробация разрабатываемых в дипломной работе предложений по совершенствованию маркетинга на предприятии.

Основное внимание студенты должны уделить следующим вопросам:

- изучению основных характеристик и параметров работы предприятия;
- выявлению предпочтения на рынке выпускаемых товаров и оказываемых услуг;
- наличию конкуренции на выбранном сегменте рынка;
- анализу работы маркетинговых служб предприятия;
- стратегии и тактикам ценообразования;

- товарной политике предприятия;
- сбытовой политике;
- анализу финансовых показателей деятельности предприятия.

Базовыми предприятиями для прохождения преддипломной практики являются предприятия промышленности, производственно-коммерческие фирмы, а также предприятия, осуществляющие коммерческую деятельность на рынке услуг.

Часть проектных разработок в составе дипломной работы для реальных организаций могут быть выполнены по заданию предприятия с целью их использования для практической деятельности. Это требует от студентов полного учета реальных особенностей рыночной экономики, опыта внедрения аналогичных форм и методов организации труда, а также тщательности всех расчетов и их согласования.

В период преддипломной практики студенты должны также оказывать реальную помощь предприятиям в подготовке плановых, организационно-технологических документов, выполнять задания по исследованию рынка в интересах предприятия.

До выезда на практику каждый студент должен получить задание на выполнение дипломной работы и индивидуальное задание по решению руководителя на выполнение разделов "научные исследования" и ознакомиться с требованиями к структуре, объему и содержанию дипломной работы. Прибыв на место практики, студент должен иметь полное представление о предстоящей дипломной работе. В период практики студент должен разработать ряд вопросов, связанных с решением проблем экологии и охраны окружающей среды.

Преддипломная практика является одной из основных форм связи ВУЗа с производством. В период практики студенты должны изучить основные вопросы как производственно-хозяйственной, так и общественной жизни трудового коллектива, а также принять активное участие в ней.

## **2. Организация практики.**

Организация практики осуществляется в соответствии с рабочей программой по преддипломной практике (раздел 2).

Преддипломная практика продолжительностью 12 недель проводится в соответствующее учебному плану время .

## **2. 1. Рабочее место и обязанности студента.**

Согласно приказу по преддипломной практике студентов направляют в организации, осуществляющие деятельность в соответствии (или по аналогии) с темой дипломной работы в качестве практикантов.

Рабочие места практики определяются ее целями и задачами. Для ознакомления с производственно-хозяйственной, сбытовой деятельностью организации студент должен в течение 12 недель проработать на предприятии и осуществить сбор материала для выполнения дипломной работы. Изучение производственной, плановой, финансовой, и другой документации должно быть выполнено в соответствующих по профилю структурных отделах или подразделениях предприятия.

Кроме выполнения основной своей задачи по сбору материалов для дипломной работы студент обязан вникать в производственную и экономическую ситуацию того отдела, где он в этот момент работает и оказывать посильную помощь, добросовестно выполнять те поручения, которые ему доверяют, участвовать в общественной жизни коллектива.

## **2.2. Обязанности руководителей практики от института и от производства.**

До начала практики руководитель от института обязан выдать студенту:

- направление на практику, подписанное деканом факультета и руководителем практики;
- программу преддипломной практики.

В период практики руководитель должен посетить студента на его рабочем месте, произвести анализ собранного материала, помочь в решении конкретных вопросов.

После окончания практики руководитель принимает отчет и решает вопрос о допуске студента к дипломному проектированию.

Приказом по организации за студентом обязательно закрепляется руководитель от производства. Им может быть руководитель, заместители, начальники или ведущие специалисты основных отделов предприятия.

Руководитель от производства обязан:

- осуществлять текущий контроль за прохождением практики;
- оказывать помощь студенту в сборе необходимой документации и исходных данных для выполнения дипломной работы;
- разъяснять конкретные ситуации в производственно-хозяйственной деятельности и способы их решения.

### **2.3. Формы и методы контроля практики.**

Формы и методы контроля практики осуществляются в соответствии с рабочей программой по преддипломной практике ( раздел 3).

## **3. Содержание практики.**

В период преддипломной практики студент должен изучить и собрать исходные материалы (схемы, эскизы, нормативно-справочную информацию, материалы производственно-хозяйственной и маркетинговой деятельности предприятия и т.д.) для выполнения всех разделов дипломной работы.

### **3.1. Изучение вопросов маркетинговой деятельности.**

Исходные данные для выполнения дипломной работы должны быть собраны по следующим вопросам:

- основные экономические показатели производственно-хозяйственной деятельности предприятия или организации, к которым прикреплен студент; изучение технологических особенностей, рынков сырья и рынков сбыта продукции;
- виды выпускаемой продукции, либо реализуемой в оптовой, либо в розничной сети;
- положение предприятия на рынке;



- деятельность испытательных лабораторий по подтверждению соответствия выпускаемой, либо реализуемой продукции нормативно-техническим документам;

- классификация состава потребительских свойств и ассортимента товаров, ценников и каталогов на товары, упаковки товаров;

- периодическая и нормативно-справочная литература, описывающая качество товаров; сертификаты соответствия качества на выпускаемую или реализованную продукцию;

- должностные инструкции сотрудников маркетинговых служб;

- ценообразование на предприятии;

- товарная политика на предприятии.

### **3.2. Исходные данные для дипломной работы.**

За время преддипломной практики студент должен собрать в базовой организации и обобщить исходные данные для дипломной работы.

Необходимыми данными для дипломной работы являются:

1. Материалы производственно-хозяйственной деятельности предприятия по итогам года, как правило, последних 3-х лет.
2. Результаты производственной деятельности.
3. Объем производства и продаж.
4. Структура себестоимости производства.
5. Маркетинговая деятельность предприятия.
6. Система управления маркетингом.
7. Внешнеэкономическая деятельность.
8. Материалы оперативного и перспективного планирования.
9. Инвестиционная деятельность.
10. Бизнес-планирование.

### **3.3. Научно-исследовательская работа.**

В соответствии с темой дипломной работы студента кафедра для каждого из них устанавливает индивидуальные задания. Они могут носить

теоретический, организационно-экономический, маркетинговый характер. Задания по НИР призваны развивать самостоятельность в работе, расширять кругозор, применять полученные в вузе знания для решения конкретных задач.

Задачи выполняются в ходе прохождения преддипломной практики на конкретных материалах предприятия, являющегося базой практики.

Результаты выполненной в период преддипломной практики научно-исследовательской работы должны быть использованы студентом в дипломной работе.

### **3.4. Содержание отчета по преддипломной практике.**

Отчет по результатам прохождения преддипломной практики является ее главным итоговым документом и должен содержать исчерпывающие систематизированные сведения о выполненной студентом работе во время прохождения практики.

Отчет по практике составляется в соответствии с требованиями стандарта института СТП 2071618 - 02 - 87 "Практика. Правила оформления отчетов". Отчет составляется каждым студентом самостоятельно в течение всей практики на основании информации, полученной на предприятиях.

При работе нескольких студентов в одной организации каждый из них должен предоставить самостоятельный отчет.

Отчет должен быть написан на стандартных листах белой бумаги (297x210 мм). Чертежи, эскизы и таблицы выполняются карандашом и вместе с бланками представленных документов нумеруются и выносятся в приложение к отчету.

Отчет по преддипломной практике состоит из текстовой части и собранных в систематизированном виде материалов по теме дипломной работы. Эти материалы могут включать схемы, эскизы, выписки из проектно-сметной, нормативно-справочной, технологической, плановой, финансовой информации, материалов бухгалтерского учета и т.д.

В общем виде отчет должен содержать:

1. Титульный лист.

2. Содержание.
3. Введение.
4. Характеристика предприятия.
5. Техничко-экономические показатели производственно-хозяйственной деятельности.
6. Маркетинговая деятельность предприятия.
7. Управление маркетинговой деятельностью.
8. Индивидуальное задание по НИР.
9. Заключение.
10. Литература.
11. Приложения.

### График преддипломной практики

№ п/п	Наименование этапов	Количес тво	Место проведения	Месяц																			
				недели				недели				недели											
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12								
1.	Получение задания на производстве, дневников на преддипломную практику, инструктаж по ТБ	До начала практики	Кафедра институт																				
2.	Ознакомление с базой практики	0,5	Базовая организация																				
3.	Ознакомление с рабочими местами практики.	2,5	Отделы базовой организации																				
4.	Изучение системы управления и анализ управленческой информации																						
5.	Изучение производственной деятельности																						
6.	Ознакомление с организацией и технологией работ	3	-//-																				
7.	Изучение вопросов маркетинговой деятельности	3	-//-																				
8.	Ознакомление с литературой, нормативно-сметной документацией, инструкциями и методическими материалами	8	-//-																				
9.	Обобщение материалов по НИР	2	-//-																				
10.	Оформление отчета по практике	1	-//-																				

## Литература

1. С.Г.П. 2071618.02 - 87 "Практика. Правила оформления отчетов". Стандарт института.
2. ГОСТ 2.104-68, ГОСТ 2.109-73, ГОСТ 2.503-74. Правила оформления текстовой документации.
3. Современный рынок: природа и развитие. Под ред. З.П.Дунаева. М.; изд-во МГУ, 1992г.
4. Основы рекламы и маркетинга. Практические рекомендации. Уфа, 1990г.
5. Маркетинг. Словарь-справочник, Мн.; 1993г.
6. Сборник пособий по организации правовой работы на предприятии. Ч.2. Юридическая фирма «Траст», 1994г.
7. Практика защиты коммерческой тайны в США. Руководство по защите Вашей деловой информации. М.; 1992г.
8. Номенклатура товаров, подлежащих обязательной сертификации в соответствии с Постановлением Сов. Мин. РБ №635 от 22.09.93г. // Биржи и банки. Белорусская деловая газета - 1993 №39//.
9. Справочник товароведа, том 3. Москва. Экономика. 1990г.
10. Д.Э.Старик. Как рассчитать эффективность инвестиций. -М.: Финстатинформ, 1996.
11. Четыркин В.М. Методы финансовых и коммерческих расчетов. -М.: Дело, Business, Речь, 1992.
12. Хонко Я. Планирование и контроль капиталовложений. -М.: Экономика, 1987.
13. Лившиц В.Н. Выбор оптимальных решений в технико-экономических расчетах. -М.: Экономика, 1971.
14. Архангельский А.Г., Валуев С.А., Половников А.В. и др. Экспертные оценки и методология их использования. -М.: Статистика, 1977, - 200 с.
15. Закон Республики Беларусь о предприятиях в Республике Беларусь, Закон Республики Беларусь о предпринимательстве в Республике Беларусь, Закон Республики Беларусь об акционерных обществах, обществах с ограниченной ответственностью и обществах с дополнительной ответственностью. Мн., 1993

## ВВЕДЕНИЕ

Выполнение и защита дипломной работы - завершающий этап подготовки экономиста и проверка уровня теоретических знаний и практических навыков, приобретенных студентом за период обучения.

В соответствии с квалификационной характеристикой экономиста по специальности Э.02.02.00 «Маркетинг» он должен быть подготовлен для разработки стратегии деятельности предприятия на рынке, экономической, организационно-управленческой, проектно-исследовательской и научной деятельности в области маркетинга.

Специалист должен иметь высокий уровень гуманитарных, социальных, общенаучных, общепрофессиональных и специальных знаний, чтобы после присвоения ему соответствующей квалификации при накоплении практических навыков успешно осуществлять активную творческую профессиональную деятельность.

Приняв за основу дипломной работы проблему в какой-либо конкретной сфере маркетинговой деятельности, студент должен решить ряд отдельных экономических задач, органически связанных с этой проблемой для конкретного предприятия.

Целью выполнения дипломной работы является закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков в областях:

- разработки плана маркетинга предприятия;
- проведения маркетинговых исследований различными методами;
- разработки бизнес-планов;
- маркетингового обоснования производства новых изделий и производственной программы предприятий;
- планирования товарного ассортимента;
- разработки рыночной атрибутики товара;
- планирования и организации рекламных кампаний;
- проведения анкетных опросов;

- разработки рекламных текстов;
- расчета показателей планов сбыта продукции;
- выявления тенденций развития рынка и прогнозирования объемов продаж, цен и емкости рынка в зависимости от изменений внешней среды предприятия;
- разработки рыночных стратегий, включая выбор каналов распределения, методов и места продаж;
- разработки рекомендаций по выбору наиболее выгодного рынка в соответствии с ресурсами и экспортными возможностями предприятия;
- координации производства, продаж товаров и цен;
- разработки и реализации политики цен на внутреннем и внешнем рынках;
- прогнозирования жизненного цикла товара и формирования соответствующей стратегии маркетинга;
- разработки мероприятий по формированию спроса покупателей и стимулированию сбыта;
- сбыта товаров через Internet;
- расчета и анализа технико-экономических показателей деятельности предприятия;
- оценки экономической эффективности маркетинговых мероприятий;
- разработки и оценки управленческих решений на основе маркетинга;
- приобретение навыков обобщения и анализа результатов, полученных другими разработчиками и исследователями;
- выяснение подготовленности студента для самостоятельной работы в условиях современного производства, прогресса науки, техники и культуры.

## **ТЕМАТИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ДИПЛОМНЫХ РАБОТ**

Тематика дипломных работ должна быть актуальной, и носить практический характер. Тематика дипломных работ и их руководители

определяются выпускающими кафедрами и утверждаются советом факультета. При определении тематики следует учитывать конкретные задачи в данной области экономики. Общий перечень тем дипломных работ ежегодно обновляется и доводится до сведения студентов в установленном порядке.

Общие направления тематики дипломных работ следующие;

- проведение маркетинговых исследований на предприятии;
- разработка маркетинговой стратегии предприятия;
- управление товарным ассортиментом предприятия;
- организация и поддержание функционирования комплекса маркетинговых коммуникаций;
- организация и управление системой распределения и продвижения товара;
- управление товародвижением;
- разработка и осуществление ценовой политики фирмы;
- другие направления и комплексы вопросов, связанные с маркетинговой деятельностью предприятия.

Темы дипломных работ и их руководители утверждаются приказом ректора по представлению декана факультета. В случае необходимости изменения или уточнения темы дипломной работы декан факультета на основании представления кафедры дает предложения о внесении соответствующих изменений в приказ ректора.

Допускается выполнение дипломных научно-исследовательских работ.

Студентам предоставляется право выбора темы дипломной работы. Студент может предложить свою тему дипломной работы. В этом случае он должен обратиться к заведующему кафедрой с письменным заявлением, в котором обосновывается целесообразность работы. При положительном решении вопроса тема дипломной работы включается в перечень тем выпускающей кафедры.

В соответствии с темой дипломной работы руководитель выдаст студенту задание по изучению объекта практики и по сбору материала к дипломной работе. Одновременно студенту выдается задание на дипломную работу, составленное руководителем и утвержденное заведующим кафедрой, с



указанием срока окончания. Это задание вместе с работой представляется в Государственную экзаменационную комиссию (ГЭК).

Руководителями дипломных работ назначаются лица из профессорско-преподавательского состава, как правило, профессора, доценты и старшие преподаватели, а также научные сотрудники и высококвалифицированные специалисты данного вуза и других вузов, учреждений и предприятий.

Дипломная работа выполняется студентом в течение промежутка времени, отведенного для этого учебным планом. В этот промежуток времени включается нахождение студента на преддипломной практике.

Руководитель дипломной работы обязан:

- составить и выдать задание на дипломную работу;
- оказать студенту помощь в разработке календарного плана-графика на весь период выполнения дипломной работы;
- рекомендовать студенту необходимую основную литературу, нормативно-справочные и архивные материалы, методические разработки и другие источники по теме дипломной работы;
- проводить систематические, предусмотренные планом-графиком беседы со студентом, давать студенту консультации, контролировать аналитические и расчетные результаты;
- контролировать ход выполнения работы;
- составить отзыв о дипломной работе.

По предложению руководителя дипломной работы в случае необходимости кафедра имеет право приглашать консультантов по отдельным узконаправленным разделам дипломной работы за счет лимита времени, отведенного на руководство дипломной работой.

Консультантами по отдельным разделам дипломной работы могут назначаться профессора и преподаватели высших учебных заведений, а также высококвалифицированные специалисты и научные работники других учреждений и предприятий. Консультанты проверяют соответствующую часть выполненной студентом работы и ставят на ней свою подпись.

За принятые в дипломной работе решения, правильность всех данных и сделанные выводы несет ответственность студент-автор дипломной работы.

Законченная дипломная работа, подписанная студентом и консультантами, представляется руководителю, который составляет на нее отзыв.

В отзыве руководителя работы должны быть отмечены:

- актуальность темы дипломной работы;
- степень решенности поставленной задачи;
- степень самостоятельности и инициативности студента;
- умение студента пользоваться специальной литературой;
- способности студента к экономическому анализу или исследовательской работе;
- возможность использования полученных результатов на практике;
- возможность присвоения выпускнику соответствующей квалификации.

Дипломная работа и отзыв руководителя представляются заведующему кафедрой, который решает вопрос о возможности допуска студента к защите дипломной работы. Для решения этого вопроса на кафедре может создаваться рабочая комиссия, которая заслушивает сообщение студента по дипломной работе, определяет соответствие дипломной работы заданию и выясняет готовность студента к защите.

Допуск студента к защите дипломной работы на ГЭК фиксируется подписью заведующего кафедрой на титульном листе пояснительной записки к дипломной работе и в зачетной книжке.

Если заведующий кафедрой на основании выводов рабочей комиссии не считает возможным допустить студента к защите, этот вопрос рассматривается на заседании кафедры с участием руководителя дипломной работы. При отрицательном заключении кафедры протокол заседания представляется через декана факультета для утверждения ректору института, после чего студент информируется о том, что не допускается к защите дипломной работы.

Дипломная работа, допущенная к защите, направляется заведующим кафедрой на рецензию.

Рецензенты дипломных работ утверждаются деканом факультета по представлению заведующего кафедрой не позднее одного месяца до защиты из

числа профессорско-преподавательского состава других кафедр, специалистов производства и научных учреждений, педагогического состава других вузов.

В рецензии должны быть отмечены:

- актуальность темы дипломной работы;
- степень соответствия дипломной работы заданию;
- логичность построения пояснительной записки;
- наличие по теме дипломной работы критического обзора литературы, его полнота и последовательность анализа;
- полнота описания методик планово-экономических и финансовых расчетов, теоретических и экспериментальных результатов, оценка их достоверности;
- наличие аргументированных выводов по результатам дипломной работы;
- практическая значимость дипломной работы, возможность использования полученных результатов;
- недостатки и слабые стороны дипломной работы;
- замечания по оформлению пояснительной записки к дипломной работе и стилю изложения материала;
- оценка дипломной работы: "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно".

Рецензент имеет право затребовать у студента – автора дипломной работы дополнительные материалы, касающиеся существа проделанной работы. Студент знакомится с рецензией до защиты работы в ГЭК.

Порядок защиты дипломной работы определяется Положением о Государственных экзаменационных комиссиях и Инструкцией по подготовке, оформлению и представлению к защите дипломных проектов (работ) в высших учебных заведениях.

Дипломная работа после защиты хранится в вузе, в котором она выполнялась, на протяжении пяти лет.

## **ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ.**

## **Общие положения.**

Дипломная работа должна содержать исчерпывающие и систематизированные сведения об объекте и предмете работы, обеспечивать четкость и логическую последовательность изложения материала, убедительность аргументации, конкретность, краткость и точность изложения результатов по завершению каждого этапа работы, обоснованность всех предложений и рекомендаций.

Текстовый документ оформляется на одной стороне белой писчей бумаги формата А4 (210x297) по формам 5 и 6 ГОСТ 2.101-93 (приложение 1). Объем дипломной работы до 100 страниц, которая должна быть набрана и распечатана на ПЭВМ или пишущей машинке с интервалом 1,5 шрифт 14

## **Структура дипломной работы.**

Дипломная работа должна содержать:

- титульный лист (приложение 2);
- задание на выполнение дипломной работы;
- реферат;
- содержание;
- основную часть, содержащую введение, материалы по разделам (согласно заданию) и заключение;
- список используемых источников;
- приложения.

## **Реферат**

Общие требования к реферату по ГОСТ 7.9-77. Очередность изложения: данные об объеме, количестве иллюстраций, таблиц, используемых источников; перечень ключевых слов (5-15 слов в именительном падеже через запятую).

Текст реферата (1200-2000 знаков) должен содержать сведения об объекте проектирования, поставленные цели и задачи, методику исследований, полученные результаты, основные технико-экономические показатели.

## Содержание.

Содержание включает наименование всех разделов, подразделов и пунктов (если они имеют наименование) с указанием номеров страниц, на которых размещается начало изложения материала.

### Основная часть дипломной работы

#### ВВЕДЕНИЕ.

Определяются цели и задачи работы, их взаимосвязь, научное обоснование с ранее разработанными аналогами и основные направления улучшения технико-экономических и социально-экономических показателей. Объем введения 1-3 страницы.

#### РАЗДЕЛЫ И ПОДРАЗДЕЛЫ.

Текст дипломной работы по учебному заданию или по другим признакам делит на отдельные логические соподчиненные объемы – разделы и подразделы.

Наименование разделов и подразделов должно быть кратким, соответствовать содержанию, не иметь переноса, точки и отделяться от основного текста тремя интервалами.

Разделы имеют порядковую нумерацию в пределах текстового документа, а подразделы – в пределах раздела.

Структура основных разделов дипломной работы.

В зависимости от тематики, дипломная работа, как правило, должна состоять из 3-6 основных разделов.

Примерные варианты структуры основных разделов:

*Тема: "Управление товарным ассортиментом предприятия".*

1. Анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

1.1. Характеристика объекта проектирования.

- 1.2. Анализ основных технико-экономических показателей деятельности предприятия.
- 1.3. Управление производственно-хозяйственной деятельностью предприятия.
- 1.4. Оценка финансового состояния предприятия.
- 1.5. Анализ рынка.
- 1.6. Выводы об экономическом состоянии предприятия.
  
2. Характеристика ассортимента выпускаемой продукции.
  - 2.1. Характеристика сырья.
  - 2.2. Особенности технологии производства выпускаемой продукции.
  - 2.3. Анализ отечественного и зарубежного опыта в области разработки данной продукции.
  - 2.4. Структура и характеристика ассортимента.
  - 2.5. Особенности маркировки и упаковки товаров. Условия хранения.
  - 2.6. Выводы о характеристике выпускаемого ассортимента.
  
3. Управление качеством выпускаемой продукции на предприятии.
  - 3.1. Система управления качеством на предприятии.
  - 3.2. Нормативно-техническая документация на выпускаемую продукцию и ее сертификация.
  - 3.3. Анализ и оценка конкурентоспособности выпускаемой продукции.
  - 3.4. Пути совершенствования повышения качества выпускаемой продукции.
  
4. Маркетинговые предложения в области товарной политики.
  - 4.1. Исследование потребителей выпускаемой продукции.
  - 4.2. Ценовая политика на предприятии.
  - 4.3. Исследование спроса на выпускаемую продукцию.
  - 4.4. Система сбыта на предприятии.
  - 4.5. Формирование сбыта на выпускаемую продукцию.
  - 4.6. Выводы и предложения.

## *Тема " Проект маркетинговой программы предприятия"*

1. Анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия.
  - 1.1. Общие сведения о предприятии.
  - 1.2. Анализ производства и реализации продукции.
  - 1.3. Анализ основных средств предприятия.
  - 1.4. Анализ использования трудовых ресурсов предприятия.
  - 1.5. Анализ себестоимости и материальных затрат.
  - 1.6. Выводы.
2. Анализ финансового состояния предприятия.
  - 2.1. Оценка баланса.
  - 2.2. Анализ платежеспособности.
  - 2.3. Коэффициент покрытия.
  - 2.4. Коэффициент банкротства.
  - 2.5. Показатели финансовой устойчивости.
  - 2.6. Анализ целесообразности затрат.
  - 2.7. Выводы.
3. Проект маркетинговой программы предприятия.
  - 3.1. Преамбула.
  - 3.2. Стратегия развития целевого рынка
  - 3.3. Сильные и слабые стороны предприятия.
  - 3.4. Цели и задачи предприятия.
  - 3.5. Маркетинговые стратегии.
  - 3.6. Товарная стратегия.
  - 3.7. Стратегия формирования и развития каналов товародвижения.
  - 3.8. Ценовая стратегия.
  - 3.9. Стратегия формирования спроса и стимулирования сбыта.
  - 3.10. Бюджет маркетинга.
  - 3.11. Выводы и предложения.

*Тема "Маркетинговые исследования рынка продукции (услуг)  
предприятия"*

1. Анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия.
  - 1.1. Характеристика объекта проектирования.
  - 1.2. Анализ основных технико-экономических показателей.
  - 1.3. Управление производственно-хозяйственной деятельностью предприятия.
  - 1.4. Оценка финансового состояния предприятия.
  - 1.5. Выводы.
  
2. Процесс маркетинговых исследований.
  - 2.1. Этапы маркетинговых исследований.
  - 2.2. Маркетинговые исследования рынков.
  - 2.3. Выводы.
  
3. Маркетинговые исследования продукции (услуг) предприятия.
  - 3.1. Исследования рынка.
  - 3.2. Исследования сильных и слабых сторон предприятия.
  - 3.3. Исследование товаров (услуг)
  - 3.4. Исследование потребителей.
  - 3.5. Исследования поставщиков
  - 3.6. Исследования конкурентов.
  - 3.7. Исследование сбыта.
  - 3.8. Исследование ФОССТИС.
  - 3.9. Выводы.

*Тема: Управление маркетинговой деятельностью организации.*

1. Оценка и анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия.
  - 1.1. Общая характеристика объекта исследования.



- 1.2. Анализ финансово экономических показателей.
- 1.3. Система управления организаций и ее оценка.
- 1.4. Характеристика маркетинговой деятельности организации.
2. Содержание процесса управления маркетингом организации.
- 2.1. Рынок организации и ее рыночная ситуация.
- 2.2. Выработка миссии и целей функционирования.
- 2.3. Формирование маркетинговой стратегии организации.
- 2.4. Планирование маркетинга.
- 2.5. Организация маркетинга.
- 2.6. Контроль маркетинга.
3. Система управления маркетинговой деятельностью организации
- 3.1. Состояние внешней и внутренней среды организации.
- 3.2. Определение рыночных возможностей организации.
- 3.3. Формирование целей и маркетинговой концепции деятельности организации.

*Тема: Маркетинговая стратегия организации.*

1. Общая характеристика организации.
- 1.1. Цель и предмет деятельности организации.
- 1.2. Анализ основных финансово-экономических показателей функционирования организации.
- 1.3. Исследование системы управления.
- 1.4. Маркетинговая деятельность организации и ее оценка.
2. Сущность маркетинговой стратегии организации и факторы ее эффективности.
- 2.1. Понятие и сущность маркетинговой стратегии организации.
- 2.2. Анализ основных маркетинговых стратегий.
- 2.3. Процесс выбора стратегии.
- 2.4. Основные принципы обеспечения эффективности маркетинговой стратегии организации.
3. Разработка стратегии маркетинга организации.

- 3.1. Миссия и роль организации.
- 3.2. Анализ рыночной ситуации организации.
- 3.3. Анализ сильных и слабых сторон организации.
- 3.4. Определение ключевых проблем маркетинговой деятельности организации и выбор путей их оптимального решения.
- 3.5. Формирование комплекса средств маркетинга.
- 3.6. Анализ риска и планирование непредвиденных обстоятельств.
- 3.7. Внедрение маркетинговой стратегии организации.

Структура дипломной работы может корректироваться в соответствии с задачами и целью исследования по заданию руководителя дипломной работы, с учетом предложений дипломника и по согласованию с заведующим кафедрой.

### **Заключение**

В этом разделе необходимо привести основные выводы по дипломной работе, указать возможности ее внедрения, дать оценку использованных исследовательских методов, предложения по их совершенствованию.

### **Список использованных источников**

Сведения об источниках следует давать по ГОСТ 7.1-84 в следующей последовательности:

- Приводятся источники, которые были использованы в работе, на которые имеются ссылки по тексту, располагая их в порядке появления в текстовом документе.
- Законы, законодательные акты, нормативные документы.
- В алфавитном порядке все остальные источник.

### **Приложения**

Приложения оформляются как продолжение текстового документа, располагая их в порядке появления ссылок в тексте. Каждое приложение начинается с нового листа, имеет тематический заголовок и выделяется —

словом "ПРИЛОЖЕНИЕ", расположенном в правом верхнем углу каждой страницы (номер приложения, если оно одно, не ставится)

Материал, размещаемый в приложении, носит иллюстративный, вспомогательный и справочный характер, излагается с учетом тех требований, что и основной материал пояснительной записки, за исключением нумерации. Например: рис. П.1.1. – первый рисунок первого приложения; табл. П.3.2. – вторая таблица третьего приложения; (П.1.7) – седьмая формула первого приложения; П.1.3.4. – четвертый пункт третьего раздела первого приложения (в том случае, если есть необходимость ранжирования материала внутри приложения).

### **Требования при оформлении текста.**

Текст размещают, соблюдая следующие размеры полей: левое – не менее 30 мм, правое – не менее 10 мм. Плотность текста должна быть одинаковой.

В документе следует использовать сокращения русских слов и словосочетаний по ГОСТ 7.12-77. Фамилии, названия фирм, изданий и другие собственные имена приводят на языке оригинала.

Страницы нумеруют арабскими цифрами и выполняют это в пределах документа. Титульный лист включают в общую нумерацию, но номер не ставят, нумерация страниц указывается начиная с реферата (стр.4)

Оформление ссылок ведут по ГОСТ 7.1.-84. При оформлении ссылок на источники указывают порядковый номер по списку использованных источников, включая его в скобки, например, /13/.

Ссылки на иллюстрации указывают, приводя порядковый номер иллюстрации, например, рис.2.1.

Ссылки на формулы указывают порядковым номером формулы в скобках, например, ... в формуле (2.1.)

### **Оформление таблиц**

Слово "Таблица" пишется слева над таблицей. Таблицы нумеруют последовательно арабскими цифрами (за исключением таблиц в приложении) в пределах раздела. Например, таблица 1.2 – вторая таблица первого раздела. Каждая таблица должна иметь название. При переносе таблицы на следующий

лист указывают "Продолжение таблицы 1.3". Нельзя включать в таблицу самостоятельную графу "номер по порядку".

В таблицах, как правило, приводится цифровой материал. Размещать таблицу рекомендуется после первого упоминания о ней и без разрыва.

Размеры таблиц выбирают произвольно, но высота строк таблицы должна быть не менее 8 мм. Цифры в графах располагают так, чтобы классы чисел во всей графе располагались точно одно над другим. Численные величины в одной графе должны иметь одинаковое количество десятичных знаков.

Дробные числа приводят в виде десятичных дробей, за исключением размеров в дюймах, которые записывают по типу "1/2".

При указании в таблице последовательных интервалов величин, охватывающих все величины ряда, перед величинами пишут "от, св., до", например: от 10 до 20; св.2; до 20.

При заполнении таблиц не допускается ставить кавычки вместо повторяющихся цифр, знаков и химических символов. Если данные отсутствуют, ставят прочерк. Если повторяющийся в графе текст состоит из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словами "То же", а далее кавычками. Справочные и поясняющие данные указывают в примечаниях, которые нумеруют (если их более одного) арабскими цифрами (приложение 4). Таблицы, как правило, следует располагать вертикально. Горизонтально допускается располагать таблицы на отдельной странице.

### **Оформление иллюстраций**

Количество иллюстраций (графики, схемы, чертежи, фотографии) должно быть достаточным для пояснения излагаемого текста. Они могут располагаться по тексту в порядке ссылок (именуются рисунками) или в виде приложения.

Иллюстрации обозначают словом "Рис" и нумеруют последовательно в пределах раздела, за исключением иллюстраций, приведенных в приложении.

Рисунки, если этого требует изложение текста, должны иметь наименование, а при необходимости и пояснительные данные – подрисуночный текст (информация об изображении на рисунке) Пример оформления дан в приложении 5.

### Оформление формул.

Нумерация формул выполняется по разделам. Уравнения и формулы следует выделять из текста свободными строками (не менее одной строки выше и ниже каждой формулы). Если уравнение не умещается в одну строку, оно должно быть перенесено после знаков: (=),(+),(-), (\*) и (:).

При написании формул используют символы и буквенные обозначения экономических, математических и других величин, установленные стандартами или принятыми в научной литературе.

Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует проводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в какой они даны в формуле. Первую строку объяснения начинают со слова "где" без двоеточия. Значение каждого символа и численного коэффициента следует давать с новой строки. Например:

$$E_d = (\% \Delta d) / (\% \Delta p) \quad (4.1)$$

где  $E_d$  – ценовая эластичность спроса;

$(\% \Delta d)$  – изменение объема потребления в процентах;

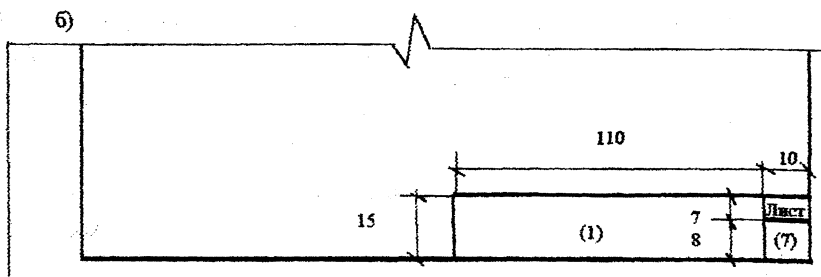
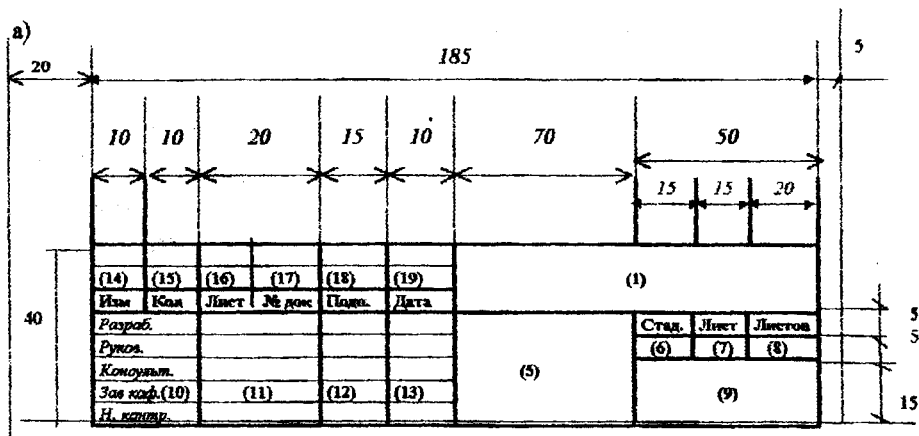
$(\% \Delta p)$  – изменение цены в процентах.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Инструкция по подготовке, оформлению и представлению к защите дипломных проектов (работ) в высших учебных заведениях. Утв. приказом Министра образования РБ 27.06.97г. №356.
2. Стандарт института. Оформление материалов курсовых и дипломных проектов (работ), отчетов по практике. Общие требования и правила оформления. СТ БПИ – 01-98. Брест 1998г.
3. Рабочая программа и методические рекомендации по преддипломной практике для студентов специальности Э.02.01.05 " Коммерческая деятельность" специализации "Коммерческая деятельность в строительстве"/ А.И. Рубахов и др.-Брест, БПИ, 1997.-14с.
4. Методические указания по выполнению курсовой работы по курсу "Организация производства в строительстве" для студентов спец. Э.02.01.05 "Коммерческая деятельность в строительстве"/ А.П.Радчук, Л.В.Кульгавчук, Н.Г.Надеина.- Брест, БПИ,1995.-43с.
5. Методические рекомендации для проведения практических занятий по дисциплине "Статистика товарного обращения" для студ. спец. Э.02.01. "Коммерческая деятельность"/ Е.Н.Хутова, Н.П. Гержа – Брест, БПИ,1997 – 29с.
6. Методические указания к выполнению курсовой работы по курсу "Основы менеджмента" для студентов экономических специальностей/ О.А.Высоцкий, А.П.Радчук – Брест, БПИ, 1997 –8с.
7. Методические указания для выполнения курсовой работы и практических заданий по дисциплине "Ценообразование" для студентов специальностей Э.02.01.05., Э 02.02., Э01.07. дневной и заочной форм обучения./ Н.Г.Надеина, А.П.Радчук, В.И.Тельпук – Брест, БПИ, 1997-35с.
8. В.Г.Шипунов, В.Н.Кишкель. Основы управленческой деятельности. Ч.1, II. М., 1992г.
9. М.Х.Мескон, А.Альберт, Ф.Хедаури. Основы менеджмента. М., «Дело», 1992г.
10. Р.Макконел, Л.Брю. Экономикс, т.1-2. М.; Республика, 1992г.
11. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. Под ред. Л.Н.Красавиной. М.; «Финансы и статистика», 1994г.

12. Фишер С. И др. Экономика. М.: «Дело ЛТД», 1993г.
13. Котлер Ф. Основы маркетинга. Новосибирск. Наука, 1992г.
14. Эванс Д.Р., Берман В. Маркетинг. М.; 1992г.
15. Сборник пособий по организации правовой работы на предприятии. Ч.2. Юридическая фирма «Траст», 1994г.
16. Номенклатура товаров, подлежащих обязательной сертификации в соответствии с Постановлением Сов. Мин. РБ №635 от 22.09.93г. // Биржи и банки. Белорусская деловая газета - 1993 №39//.
17. Справочник товароведа, том 3. Москва. Экономика. 1990г.
18. Бурчинкова В.И. Основы товароведения непродовольственных товаров. Москва Экономика, 1991г.
19. Финансовый менеджмент. Изд. "Перспектива", 1994.
20. Д.Э.Старик. Как рассчитать эффективность инвестиций. -М.: Финстатинформ, 1996.
21. Четыркин Е.М. Методы финансовых и коммерческих расчетов. -М.: Дело, Business, Речь, 1992.
22. Справочник предпринимателя: розничная торговля, оптовая торговля, грузовой транспорт, общественное питание и гостиничное хозяйство. М.: Наука, 1994, - 592 с.
23. Даниенбург В., Монкриф Р., Тейлор В. Основы оптовой торговли. -М.: 1990.
24. Хоскинг А. Курс предпринимательства. М. 1993г.
25. Л. Сабельников. Современные формы продвижения товаров на внешние рынки. М. 1991г.
26. Инвестиционно-финансовый портфель. -М.: "Саминтекст", под ред. Н.Я.Петракова, 1993г.
27. А.А.Первозванский, Т.Н.Первозванская. Финансовый рынок: расчет и риск. - М.: "Инфра-М", 1994г.
28. Роберт Н.Холт, Сет Б.Барнес. "Планирование инвестиций.: пер. с англ. - М.: «Дело ЛТД», 1994г.
29. А.А.Спирин, О.Э.Башина. Общая теория статистики. М.; «Финансы и статистика», 1995г.

ОСНОВНАЯ НАДПИСЬ ДЛЯ ТЕКСТОВЫХ ДОКУМЕНТОВ.



- а) – реферат и разделы дипломной работы ( в случае, если имеется консультант по разделу) (форма 5 по ГОСТ 21.101-93)  
 б) – последующих листов (форма 6 по ГОСТ 21.101-93)  
 Содержание: графа 1 – обозначение документа, изделия, объекта (шифр). Например: Э.02.01.05 –КДЗ-Д15, где Э.02.01.05 – шифр специальности, КДЗ – номер группы, Д – обозначение работы (порядковый номер, тема по приказу (15)).  
 Графа 5 – тема дипломной работы ( для реферата) и наименование раздела ( для разделов)



Графа 6 – стадия проектирования.

Графа 7 – порядковый номер листа.

Графа 8 – общее количество листов документа (раздела).

Графа 9 – место выполнения работы (например – БПИ, кафедра МиМ)

Графа 10 – характер работы лиц, подписавших документ.

Графа 11,12,13 – Ф.И.О., подпись, дата.

Графы 14... 19 – графы таблицы изменений, которые заполняются в соответствии с 7.5.19 ГОСТ 21.101-93.

(1)	
<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: 0;"> <tr> <td style="text-align: center; width: 60px; height: 30px;">(2)</td> </tr> </table>	(2)
(2)	
(3)	
(4)	
(5)	
(6)	

(1)– указывается министерство, ВУЗ, кафедра. Например,  
 Министерство образования Республики Беларусь  
 Брестский политехнический институт  
 Кафедра менеджмента и маркетинга

(2)– для специальных отметок

УТВЕРЖДАЮ  
 Зав. кафедрой (руководитель)  
 \_\_\_\_\_ ( )  
 "        "        \_\_\_\_\_ 2000 г.

(3)- наименование темы. Например,  
 Дипломная работа на тему  
 \_\_\_\_\_

(4)– шифр разработки (заполняется по необходимости)

(5)– должность, подпись, Ф.И.О. лиц, участвующих в процессе.  
 Например,- зав. кафедрой, рук. работы, консультанты, дипломник.

(6)- город и год выполнения работы. Например,- Брест, 2000.

## Учебное издание

Составители:

Радчук Анатолий Петрович  
Павлючук Юрий Николаевич  
Веремейко Василий Владимирович  
Надеина Надежда Григорьевна  
Мешайкина Елена Ивановна

### **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ И РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по преддипломной практике и по выполнению дипломной работы  
для студентов специальности Э.02.02.00 "Маркетинг" специализация  
Э.02.02.01 "Маркетинг в сфере производства товаров и услуг"  
(дневная и заочная форма обучения)

Ответственный за выпуск Павлючук Ю.Н.  
Редактор Строкач Т.В.

---

Подписано к печати 3.02.00. Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 2,1. Уч. изд. л. 2,25  
Зак. № 171. Тираж 150. Отпечатано на ризографе Брестского  
политехнического института. 224017, г. Брест, ул. Московская, 267