

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
КУРГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Кафедра «Экономика и маркетинг»

ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ

Методические указания
к выполнению дипломного проекта для студентов
специальности 080111 «Маркетинг»

Курган 2009

Кафедра: «Экономика и маркетинг»

Дисциплина: Дипломное проектирование
(специальность 080111)

Составили: проф., д-р экон. наук В.М. Семенов
доц., канд. экон. наук С.А. Косова

Работа выполнена при равноценном участии авторов.

Утверждены на заседании кафедры « 17» апреля 2009 г.

Рекомендованы методическим советом университета

«5» мая 2009 г.

1 Общие положения

Защита дипломного проекта является заключительным этапом процесса обучения студентов.

Дипломный проект – это квалификационная работа, синтезирующая знания, умения и практические навыки выпускника во всех предметных областях специальности. При написании и защите дипломного проекта выпускник должен продемонстрировать:

- образовательный уровень (общая эрудиция, общепрофессиональные знания);
- квалификационный уровень (умение применять полученные знания для самостоятельного решения прикладных задач по специальности);
- способности к творческой работе по специальности;
- умение представлять и защищать свои идеи и предложения.

Методические указания по выполнению дипломного проекта составлены на основе инструктивных материалов Министерства образования РФ, а также с учетом требований государственного образовательного стандарта и учебного плана по специальности 080111 «Маркетинг».

2 Организационно-методические вопросы дипломного проектирования

2.1 Цель и задачи дипломного проекта

Цель дипломного проекта заключается в закреплении студентами теоретических знаний и практических умений самостоятельно ставить и решать задачи в сфере маркетинга, связанные с реализацией маркетинговых функций, а именно:

1 Аналитическая функция:

- маркетинговые исследования рынка, товара, фирмы;
- анализ маркетинговой информации.

2 Креативная функция:

- целеполагание и планирование деятельности фирмы на рынке (стратегическое и текущее);
- разработка маркетинговых проектов.

3 Управленческая функция

- организация маркетинговой деятельности фирмы;
- контроллинг и аудит маркетинговой деятельности;
- оперативное регулирование маркетинговой деятельности.

В процессе дипломного проектирования и решении конкретной проблемы маркетинга студент обязан:

- проявить способность и навыки правильного применения теоретических положений научных дисциплин;
- уметь применять передовые достижения современной науки и практики, обосновывать экономическую целесообразность их внедрения;

- уметь использовать современные экономико – математические методы, модели и информационные технологии;
- уметь четко и логично формулировать свои мысли, предложения, рекомендации.

Дипломный проект выполняется по материалам, собранным в процессе прохождения преддипломной практики.

Сбор материала о рынке, рыночной деятельности фирмы должен производиться под углом зрения темы дипломного проекта.

Единство общих требований к дипломным проектам предполагает широкую инициативу при разработке каждой темы в соответствии с особенностями объекта проектирования. Оригинальность постановки и решения задачи является одним из критериев оценки качества дипломного проекта.

2.2 Выбор темы дипломного проекта

Выбор темы дипломного проекта определяется интересами студента к той или иной проблеме маркетинга, актуальностью исследования для предприятия, на котором студент проходил практику, научной специализацией преподавателей выпускающей кафедры.

Выбор темы дипломного проекта и ее утверждение должны быть завершены до начала преддипломной практики у студентов.

Утвержденная приказом ректора формулировка темы дипломного проекта с указанием научного руководителя изменению не подлежит.

2.3 Основные этапы и сроки выполнения дипломного проекта

Рекомендуется следующий календарный план выполнения дипломного проекта студентом:

- 1 Выбор темы дипломного проекта и ее утверждение на кафедре не позднее чем за один месяц до начала преддипломной практики у студентов.
- 2 Информационный поиск по исследуемой студентами проблеме маркетинга с подбором научно-методической литературы.
- 3 Написание введения и подготовка первого и второго раздела (около 30%) к сроку окончания практики.
- 4 Подготовка третьего раздела (примерно 60%) дипломного проекта не позднее, чем за один месяц до ориентировочной даты защиты дипломного проекта.
- 5 Завершение всего дипломного проекта (подготовка четвертого раздела, заключения, графической части), оформление дипломного проекта в окончательном варианте (за две недели до защиты дипломного проекта).

2.4 Руководитель дипломного проекта

Научный руководитель назначается выпускающей кафедрой, утверждается приказом ректора в целях оказания научно-методической и практической помощи студенту.

Руководитель дипломного проекта обязан:

- 1 Разработать план дипломного проекта.
- 2 Выдать задание на дипломный проект.
- 3 Оказать помощь в выборе методики проведения маркетинговых исследований.
- 4 Регулярно проводить консультации студенту по выполнению дипломного проекта.
- 5 Осуществлять систематический контроль за ходом выполнения дипломного проекта.
- 6 Принимать участие в работе комиссии по предварительному просмотру дипломных проектов.
- 7 Предоставить ГАК оценку качества выполненного дипломного проекта.

Рекомендации и замечания научного руководителя дипломник должен воспринимать творчески. Он может учитывать их или отклонить по своему усмотрению, т.к. ответственность за качество содержания и оформления дипломного проекта полностью лежит на нем, а не на научном руководителе.

3 Структура и содержание дипломного проекта

3.1 Структура дипломного проекта

Дипломный проект включает пояснительную записку и графическую часть, включающую раздаточный материал. Пояснительная записка оформляется в папке с твердыми обложками. В центре обложки располагается наклейка, на которой указывается Ф.И.О. дипломника, группа, тема дипломного проекта (приложение А) Общий объем пояснительной записки составляет 70 – 80 страниц печатного текста формата А4 (297*210 мм).

Пояснительная записка должна включать в указанной ниже последовательности:

- титульный лист (приложение Б);
- задание на дипломное проектирование (1 экземпляр, приложение Б);
- аннотацию;
- содержание;
- введение
- основную часть
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Аннотация должна отражать основное содержание дипломного проекта. В аннотации даются сведения об объеме проекта, количестве иллюстраций (схем, чертежей, рисунков) и количестве таблиц. В основной части аннотации отражается сущность выполненного проекта, приводятся краткие выводы относительно его эффективности и области применения полученных результатов. Объем аннотации – 1 страница.

В содержании (оглавлении) последовательно перечисляют заголовки разделов (глав), подразделов (параграфов), приложений и указывают номера страниц, на которых они помещены. Содержание должно включать все заголовки.

Структура дипломного проекта (основной части):

Введение	(3%)
1 Общая характеристика организации	(10%)
2 Маркетинговый анализ организации	(20%)
3 Проектная часть	(50%)
4 Экономическое обоснование проектных решений	(12%)
Заключение	(5%)
Список литературы	
Приложения	

3.2 Содержание дипломного проекта

Введение

Во введении должна быть обоснована актуальность темы дипломного проекта, определены объект и предмет исследования, сформулированы цели и задачи проекта.

Актуальность темы может быть определена исходя из:

- реальных потребностей организации, на базе которой разрабатывается проект;
- недостаточной проработки исследуемой проблемы в литературе.

В качестве объекта исследования могут выступать:

- организация, для которой разрабатывается проект;
- исследуемый рынок;
- исследуемый товар.

Под предметом исследования понимаются аспекты предметной области, рассматриваемые в дипломном проекте, например:

- маркетинговые функции (аналитическая, креативная, управленческая);
- специфика рынка (структура, характеристики, закономерность функционирования);
- текущее или прогнозируемое состояние рынка;
- поведение субъектов рынка;
- факторы, характеризующие деятельность организации на рынке;
- различные аспекты маркетингового проекта и т.д.

Цели и задачи дипломного проекта формулируются в соответствии с избранной темой.

Раздел 1 Общая характеристика организации

Структура раздела:

- 1.1 Экономико – правовые характеристики организации (организационно – правовая форма организации, форма собственности).
- 1.2 Миссия организации
- 1.3 Основные направления деятельности организации.
- 1.4 Характеристика выпускаемой продукции, предоставляемых услуг, работ.
- 1.5 Анализ основных технико – экономических показателей организации.
- 1.6 Организационная структура.
- 1.7 Производственная структура.
- 1.8 Менеджмент (предпринимательская культура и философия, цели и стратегии, система мотивации сотрудников).
- 1.9 Производственный аппарат (возрастной состав оборудования, прогрессивность и гибкость производственных линий, система технического обслуживания производства).
- 1.10 Научные исследования (интенсивность и результаты, использование современных информационных технологий).
- 1.11 Маркетинг (фазы жизненного цикла важнейших продуктов, эффективность стратегии и тактики маркетинга).
- 1.12 Персонал (возрастная структура, уровень образования, квалификация).
- 1.13 Финансовый анализ организации.

В разделе необходимо акцентировать внимание на тех сторонах деятельности организации, которые имеют отношение к предмету исследования.

Раздел 2 Маркетинговый анализ организации

Целью раздела является определение рыночных позиций организации. С учетом темы дипломного проекта раздел включает:

- 2.1 Анализ макросреды организации.
- 2.2 Анализ взаимодействия организации со всеми субъектами рынка.
- 2.3 Анализ конкурентов, оценки уровня интенсивности конкуренции, формирование карты стратегических групп конкурентов.
- 2.4. Исследование тенденций рыночного спроса.
- 2.5 Поведение потребителей, оценка текущего спроса.
- 2.6 Анализ товарной, ценовой политики организации.
- 2.7 Оценку эффективности системы распределения и продвижения продукции (услуги).
- 2.8 Оценку конкурентоспособности продукции (услуги) организации.
- 2.9 Формирование и использование бюджета маркетинга.

Рекомендуемые методы исследования: анкетный опрос, наблюдения, факторный анализ, статистические методы исследования.

Результаты анализа целесообразно обобщить в анализе сильных и слабых сторон объекта изучения, возможностей и опасностей рынка (SWOT-анализ).

Раздел 3 Проектная часть

В этом разделе на основе результатов ситуационного анализа осуществляется разработка маркетинговых мероприятий стратегического и тактического плана, направленных на формирование конкурентных преимуществ организации и укрепления ее рыночных позиций. Планирование маркетинга в зависимости от темы дипломного проекта может быть осуществлено на различных уровнях: корпоративном, дивизиональном, рыночно-продуктовом и инструментальном.

Корпоративный план маркетинга направлен на разработку корпоративной стратегии. План маркетинга по бизнес-направлению (дивизиональный) предполагает выработку дивизиональной стратегии (уровень стратегической зоны хозяйствования) и распределение ресурсов по маркетинг-микс товаров данного направления. План маркетинга по товару/рынку включает разработку маркетинговых усилий на конкретном целевом рынке и по конкретному товару. Ресурсы распределяются по отдельным компонентам маркетинг-микс. План на инструментальном уровне предполагает разработку конкретных оперативных мероприятий в отношении объекта исследования.

Структура проектной части

3.1 Определение цели плана маркетинга

Показатели плана маркетинга могут содержать как экономические (продажи, доля рынка), так и коммуникативные (узнавание, отношение, лояльность) цели.

Возможные цели маркетинга на различных иерархических уровнях планирования представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Цели маркетингового планирования

Цели на корпоративном уровне	Цели на уровне целевого рынка	Цели на инструментальном уровне
1 Прибыль 2 Рост объема продаж 3 Максимизация акционерной собственности 4 Рост нематериальных активов	1 Продажи 2 Доля рынка 3 Отношение (реакция потребителей): - узнавание; - восприятие; - действия; - динамика постоянных и вновь привлеченных покупателей	1 Товар: - базовая и добавленная полезность на инструментальном и эмоциональном уровне; - прибыльность и безубыточность товара; - конкурентоспособность товара; - рыночная сила марки. 2 Цена (ценность): - воспринимаемая ценность (качество/цена); - психологическое восприятие цены. 3 Распределение: - охват рынка; - доступность товаров (доля марки); - рентабельность каналов. 4 Продвижение: - восприятие имиджа; - охват целевой аудитории; - затраты на средства продвижения

Цель маркетинга должна удовлетворять следующим требованиям: конкретность, измеримость, согласованность, доступность.

3.2 Разработка стратегии маркетинга

Для реализации цели маркетинга разрабатываются стратегические решения с использованием двухфакторных и многофакторных матричных моделей: модель «Товар-рынок», модель М. Портера, модель «Мак Кинзи – Дженером Электрик», модель Shell/DPM, модель Хофера – Шенделя, модель ADL/LC и др.

3.3 Разработка программы маркетинга

Разработка маркетинга включает план оперативных маркетинговых мероприятий в рамках комплекса маркетинга. По каждому разделу должно быть подробно изложено его содержание и выполнены необходимые расчеты, связанные с его реализацией.

Раздел 4 Экономическое обоснование проектных решений

В разделе должна быть проведена оценка эффективности разработанного в дипломном проекте плана маркетинга. Эффективность маркетинговых мероприятий определяется путем сопоставления достигнутого результата от реализации маркетинговых мероприятий (Р) и затрат, обеспечивших получение этого результата (З):

$$E = \frac{P}{З}$$

Под результатом маркетингового мероприятия понимается степень достижения поставленной цели, выраженная количественно (см. 3.1).

Для определения затрат на маркетинг разрабатывается бюджет с использованием процедур калькуляции затрат и формирования финансовых смет. В таблице 2 представлена структура затрат на маркетинговые мероприятия по направлениям затрат.

Таблица 2 – Структура затрат на маркетинг

Направление затрат		Маркетинговые мероприятия
1	Маркетинговые исследования	Привлечение различных источников информации. Услуги маркетинговых консалтинговых фирм. Услуги внешних консультантов, экспертов. Проведение полевых исследований рынка Формирование дилерских и дистрибьюторских сетей.
2	Разработка новых товаров	Организация фирменной торговли
3	Распределение	Сервис. Обучение торгового персонала. Содержание торговых агентов. Содержание торгового персонала. Транспортные расходы Проведение рекламных кампаний. Разработка и изготовление рекламной продукции.
4	Продвижение	Услуги рекламных агентств и СМИ. Стимулирование продаж (оборудование, купоны, сувениры, премии). Организация мерчендайзинга. Пропаганда. Директмейл Заработная плата персонала службы маркетинга. Общехозяйственные расходы
5	5. Маркетинговое администрирование	

При наличии инвестиционных вложений в реализацию плана маркетинга экономическая эффективность должна быть определена в соответствии с методическими рекомендациями по оценке эффективности инвестиционных проектов [2].

Заключение

В заключении формулируются основные выводы и результаты проекта, определяется его научно–практическая значимость.

Список литературы

В список литературы включают все использованные источники в алфавитном порядке. Сведения о книгах и статьях должны соответствовать правилам библиографического описания. Сведения о стандартах (технических условиях) должны включать обозначение и наименование стандарта.

Приложения

Приложения содержат вспомогательный материал, уточняющий основную часть проекта (анкеты, промежуточные расчеты, таблицы вспомогательных цифровых данных и т.п.).

Приложение оформляется как продолжение текстовой части со сквозной нумерацией страниц. Каждое приложение должно иметь содержательное название и порядковый номер, который проставляется в верхнем правом углу.

Графическая часть

Графическая (демонстрационная) часть дипломного проекта в виде раздаточного материала должна иллюстрировать содержание доклада. Рекомендуемое количество листов в раздаточном материале 15 – 20.

Графическая часть оформляется в виде альбома в количестве 6 экз.

Титульный лист графической части представлен в приложении Г. Графическая часть подписывается руководителем проекта и оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа.

Графическая часть в электронном варианте (на дискете, диске) помещается в конверт. Конверт имеет соответствующую наклейку (приложение Д) и размещается после приложения на внутренней стороне папки внизу.

4 Оформление текстового материала и иллюстраций

Дипломный проект должен быть оформлен в соответствии с ГОСТ 7.32 – 2001. При оформлении дипломного проекта необходимо придерживаться следующих правил.

1 Текст дипломного проекта должен быть отпечатан на компьютере через полтора межстрочных интервала с использованием шрифта Times New Roman Сур № 14.

Цвет шрифта должен быть черным, высота букв, цифр и других знаков – не менее 1,8 мм (кегель не менее 12).

2 Размеры полей: левое, верхнее и нижнее - 20 мм, правое - 10 мм.

3 Опечатки, описки и графические неточности допускается исправлять подчисткой или закрашиванием белой краской с последующим воспроизведением на том же месте исправленного текста машинописным или рукописным способом чернилами, пастой или тушью – рукописным способом.

Повреждения листов текстовых документов, помарки и следы неполностью удаленного прежнего текста (графики) не допускаются.

4 Абзацы в тексте следует начинать с отступа, равного 10 мм.

5 Заголовки «Содержание», «Введение», «Заключение» записывают симметрично тексту с прописной буквы, включают в содержание ДП. Данные заголовки не нумерируют.

6 Основная часть ДП состоит из разделов, подразделов, пунктов, подпунктов. Необходимо, чтобы каждый пункт содержал законченную информацию.

Разделы, подразделы, пункты и подпункты следует нумеровать арабскими цифрами и записывать с абзацного отступа.

Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста, за исключением приложений.

Разделы, подразделы и подпункты следует нумеровать арабскими цифрами и записывать с абзацного отступа.

Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста. За исключением приложений.

Пример – 1, 2, 3 и т.д.

Номер подраздела или пункта включает номер раздела и порядковый номер подраздела или пункта, разделенные точкой.

Пример – 1.1, 1.2, 1.3 и т.д.

Номер подпункта включает номер раздела, подраздела, пункта и порядковый номер подпункта, разделенные точкой.

Пример – 1.1.1.1, 1.1.1.2, 1.1.1.3 и т.д.

После номера раздела, подраздела, пункта и подпункта в тексте точку не ставят.

Если текст ДП подразделяют только на пункты, их следует нумеровать, за исключением приложений, порядковыми номерами в пределах всего ДП.

Если раздел или подраздел имеет только один пункт или пункт имеет один подпункт, то нумеровать его не следует.

Разделы, подразделы должны иметь заголовки. Пункты, как правило, заголовков не имеют. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов.

Заголовки разделов, подразделов следует печатать с абзацного отступа с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая.

Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

7 Нумерация страниц ДП

Страницы ДП следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту ДП. Номер страницы на титульном листе не проставляют.

Иллюстрации и таблицы на листе формата А3 учитывают как одну страницу.

8 Внутри пунктов или подпунктов могут быть приведены перечисления. Перед перечислением следует ставить дефис или, при необходимости, ссылки в тексте документа на одно из перечислений, строчную букву (за исключение ё, з, о, г, ь, й, ы, ь), после которых ставится скобка.

Для дальнейшей детализации перечислений необходимо использовать арабские цифры, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа, как показано в примере.

Пример

а) _____

б) _____

1) _____

2) _____

в _____)

9 Каждый раздел ДП следует начинать с нового листа (страницы).

10 Формулы, приводимые в ДП, следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Если формула не умещается в одну строку, то она должна быть перенесена после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (×) и деления (÷), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения применяют знак «×».

Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Первая строка расшифровки начинается словом «где» без двоеточия после него.

Формулы в ДП следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах ДП арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. Одну формулу обозначают (1).

Формулы, помещаемые в приложениях, должны нумероваться отдельной нумерацией арабскими цифрами в пределах каждого приложения с добавлением перед каждой цифрой обозначения приложения, например формула (В.1).

Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. Пример – ... в формуле (1).

Допускается нумерация формул в пределах раздела. В этом случае номер формулы состоит из раздела и порядкового номера формулы, разделенных точкой, например (3.1).

11 Материалы, используемые в ДП, даются со ссылкой на источник. Ссылаться следует на документ в целом или его разделы и приложения. Ссылки на подразделы, подпункты, таблицы не допускаются. В тексте ДП после упоминания материала в квадратных скобках указывается номер, под которым он значится в списке используемых источников, и номер страницы, например [3, 28].

12 Цифровой материал, как правило, оформляется в виде таблиц (рисунок 1).

Таблица _____ - _____
(номер) (название таблицы)

Головка					Заголовки граф
					Подзаголовки граф
					Строки
					(горизонтальные ряды)

Боковик (графа для заголовков) Графы (колонки)

Рисунок 1 – Пример оформления таблиц

Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире. Первая буква названия таблицы прописная.

При переносе части таблицы название помещают только над первой частью таблицы, нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую таблицу, не проводят.

Таблицу следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые или на следующей странице.

На все таблицы должны быть ссылки. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист

(страницу) слово «Таблица» и номер ее указывают один раз справа над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» и указывают номер таблицы, например: «Продолжение таблицы 1». При переносе таблицы на другой лист (страницу) заголовок помещают только над ее первой частью.

Таблицу с большим количеством граф допускается делить на части и помещать одну часть под другой в пределах одной страницы. Если строки и графы таблицы выходят за формат таблицы, то в первом случае в каждой части таблицы повторяется головка, во втором случае – боковик.

Если повторяющийся в разных строках графы таблицы текст состоит из одного слова, то его после первого написания допускается заменять кавычками; если из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словами «То же», а далее – кавычки. Ставить кавычки вместо повторяющихся знаков, символов не допускается. Если цифровые или иные данные в какой-либо строке таблицы не приводят, то в ней ставят прочерк.

13 Иллюстрации (графики, схемы, диаграммы), следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. На иллюстрации должны быть ссылки в ДП.

Графики, диаграммы, схемы, иллюстрации, помещаемые в ДП, должны соответствовать требованиям государственных стандартов Единой системы конструкторской документации (ЕСКД).

Фотоснимки размером меньше формата А4 должны быть наклеены на стандартные листы белой бумаги.

Иллюстрации, за исключением иллюстрации приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией.

Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1». Слово «рисунок» и его наименование располагают посередине строки.

Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например, Рисунок 1.1.

Иллюстрации, при необходимости, могут иметь наименование и пояснительные данные (подрисовочный текст). Слово «рисунок» и наименование помещают после пояснительных данных и располагают следующим образом: Рисунок 1 – SWOT – анализ.

Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Например, Рисунок А3.

При ссылках на иллюстрации следует писать «...в соответствии с рисунком 2» при сквозной нумерации и «...в соответствии с рисунком 1.2.» при нумерации в пределах раздела.

14 Иллюстрации, таблицы, текст вспомогательного характера допускается приводить в приложении. Приложение оформляется как продолжение ДП. на последующих его листах. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием посередине слова «Приложение»,

после которого следует заглавная буква русского алфавита, обозначающая его последовательность. Заголовок приложения записывают симметрично тексту с прописной буквы отдельной строкой. Если в ДП одно приложение, оно обозначается «Приложение А».

Все приложения должны быть перечислены в содержании ДП с указанием их номеров и названий. В тексте на все приложения должны быть сделаны ссылки, например, «...в приложении Б...».

15 Для пояснения отдельных данных, приведенных в ДП, используются сноски. Сноски располагают с абзацного отступа в конце страницы, на которой они обозначены, отделяя от текста короткой тонкой горизонтальной линией с левой стороны. Знак сноски выполняют арабскими цифрами со скобкой на уровне верхнего абзаца шрифта непосредственно после того слова, числа, предложения, к которому дается пояснение. Допускается вместо цифр выполнять сноски звездочками, но применять не более четырех звездочек. Нумерация сносок должна быть отдельная для каждой страницы.

16 Список литературы приводится в конце ДП (перед приложением) и составляется в алфавитном порядке в следующей последовательности:

- законодательные и нормативно-методические документы, материалы;
- специальная научная отечественная литература и зарубежная литература;
- статистические и инструктивные материалы предприятий, организаций.

Библиографическое описание источников информации осуществляется в соответствии с ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа».

Сведения о книгах должны включать: фамилию и инициалы автора (авторов), название книги, город, издательство, год издания. Количество страниц. Наименование места издания необходимо приводить полностью в именительном падеже; допускается сокращение названия только двух городов – Москва (М), Санкт – Петербург (СПб).

Например, Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. Управление маркетингом: Учебное пособие. – М.: Экономистъ, 2007. – 223с.

Сведения о статье из периодического издания должны включать: фамилию и инициалы автора, заглавие статьи, наименование издания (журнала), страницы, на которых помещена статья.

Сведения о стандарте должны включать обозначение и наименование стандарта.

Требования к иллюстрациям

Иллюстрации, представленные в графической части ДП, должны отражать содержание доклада. Перечень и содержание иллюстраций дипломант согласовывает с руководителем дипломного проекта.

В состав иллюстрационных материалов целесообразно включить:

- вводный лист, кратко характеризующий цель, задачи, методы исследования, структуру дипломного проекта;

- результаты маркетингового анализа предприятия;
- иллюстрации, отражающие содержание проектных мероприятий ДП;
- иллюстрации, описывающие типовые и авторские методички маркетинговых исследований прогнозную оценку реализации разработанного плана маркетинга.

Графическая часть должна быть выполнена с использованием программы POWER POINT. Программа предназначена для создания слайд-презентации. Входными данными для презентации могут быть любые данные, представленные в компьютере в виде файлов различных форматов:

- рисунки и фотографии;
- текстовые материалы;
- гипертекстовые ссылки на материалы текущей презентации.

Программа позволяет организовать и представить входные материалы в виде просмотра последовательности файлов презентации.

5 Отзыв руководителя дипломного проекта

В отзыве руководитель дипломного проекта:

- а) обосновывает актуальность и научную новизну исследования;
- б) дает общую оценку содержания дипломного проекта, оригинальность проектных исследований;
- в) характеризует личностные качества дипломника (дисциплинированность, ответственность, самостоятельность и др.) и уровень его профессиональной подготовки;
- г) определяет практическую значимость предложенных мероприятий;
- д) указывает возможность допуска к защите ДП;

Руководитель подписывает отзыв с указанием своего места работы, должности, ученой степени и звания, даты написания.

Форма отзыва руководителя ДП представлена в приложении Е.

6 Внешнее рецензирование дипломного проекта

Для получения дополнительной объективной оценки исследования дипломника приводится внешнее рецензирование дипломного проекта специалистами в соответствующей области.

Состав рецензентов утверждается деканом факультета по представлению выпускающей кафедры. В качестве рецензентов могут привлекаться ведущие специалисты предприятий и НИИ.

Законченный дипломный проект, подписанный студентом и консультантом, представляется руководителю который после просмотра и одобрения подписывает его. Вместе с письменным отзывом руководителя проект передается заведующему кафедрой, решающему вопрос о направлении его на внешнее рецензирование.

В рецензии должна быть отмечена актуальность темы, насколько дипломант успешно справился с поставленной целью исследования. В рецензии дается развернутая характеристика каждого раздела ДП с указанием положительных сторон и недостатков. В заключении рецензент излагает свою точку зрения об общем уровне дипломного проекта.

Рецензия должна быть представлена на выпускающую кафедру в запечатанном конверте не позднее, чем за три дня до защиты.

Бланк рецензии приведен в приложении Ж.

7 Порядок защиты дипломного проекта

Защита дипломного проекта происходит на открытом заседании Государственной аттестационной комиссии (ГАК) в следующей последовательности:

1 Председатель ГАК объявляет фамилию студента-дипломника, зачитывает тему дипломного проекта.

2 Заслушивается доклад дипломника. В докладе дипломант должен дать характеристику предприятия, доложить результаты маркетингового анализа и наибольшее внимание уделить изложению разработанного стратегического и тактического плана маркетинга в отношении исследуемой проблемы.

3 Члены ГАК и присутствующие задают вопросы.

4 Студент-дипломник отвечает на вопросы.

5 Руководитель дипломного проекта зачитывает отзыв на дипломный проект.

6 Зачитывается рецензия на дипломный проект.

7 Заслушиваются ответы дипломанта на замечания рецензента.

а. Задача ГАК – выявление подготовленности дипломанта к профессиональной деятельности.

После окончания публичной защиты проводится закрытое заседание ГАК. Члены ГАК оценивают дипломный проект в баллах (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно). Открытым голосованием, простым большинством определяется оценка. При равном числе голосов голос председателя является решающим.

Список литературы

- 1 ГОСТ 7.32 – 2001
- 2 Методические указания по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования. Официальное издание. – М.: Информэлектро, 1994.
- 3 Анн Х., Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: Учебник для вузов / Под ред. Г.Л. Багиева. - 3-е изд. – СПб.: Питер, 2005.
- 4 Анурин В., Муровкина М., Евтушенко Е. Маркетинговые исследования потребительского рынка. – СПб.: Питер, 2005.
- 5 Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: Учебник. – М.: КНОРУС, 2005.
- 6 Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. Управление маркетингом: Учебное пособие. – М.: Экономистъ, 2005.
- 7 Гайдаенко Т.А., Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика. – М.: ЭКСМО, 2005.
- 8 Липсиц И.В. Ценообразование: учебник – М.: Экономистъ, 2005.
- 9 Маркетинг/А.В. Пошатаев, М.В. Москалев, Е.И. Семенова и др.; Под ред. А.В. Пошатаева. – М.: Колос С, 2007.
- 10 Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы: Учебник для бизнес – школ. – М.: Норма, 2005.
- 11 Панкрухин А.Н. Маркетинг: Учебник. - 3-е изд. – М.; Л., 2005.
- 12 Соловьев Б.А. Маркетинг: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2005.
- 13 Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования: Учебник. - 3-е изд. – М.: Экономистъ, 2005.
- 14 Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг. - 4-е изд. – СПб.: Питер, 2006.
- 15 Ценообразование: Учебник / Под ред. д-ра экон. наук, проф. В.А. Слепова. – М.: Экономистъ, 2005.
- 16 Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. акад. В.М. Семенова. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2008.

КГУ
ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ
на тему _____

Группа _____
Специальность _____
Студент _____
200_

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное агентство по образованию

Курганский государственный университет

Кафедра _____

ЗАДАНИЕ № _____

на дипломную работу (проект)

Студент _____

Группа _____ Специальность _____

Тема работы (проекта)

Утверждена приказом ректора университета от «___» _____ 200__ г. № _____

Руководитель работы (проекта)

(должность, ученое звание, степень, фамилия, и., о.)

Консультанты:

(указать название раздела, должность, ученое звание, степень, фамилия, и., о.)

(указать название раздела, должность, ученое звание, степень, фамилия, и., о.)

Сроки выполнения работы (проекта): с «__» _____ 200__ г. по «__» _____ 200__ г.

Содержание задания _____

Руководитель работы (проекта) _____ / _____ /
(подпись, дата) (фамилия, инициалы)

Заведующий кафедрой _____ / _____ /
(подпись, дата) (фамилия, инициалы)

Декан факультета _____ / _____ /
(подпись, дата) (фамилия, инициалы)

С заданием ознакомлен _____ / _____ /
(подпись, дата) (фамилия, инициалы)

*Решение о допуске студента к защите дипломной работы (проекта) в Государственной
экзаменационной комиссии*

Объем работы (проекта): текстовая часть (записка) _____ страниц
графическая часть _____ листов

Консультанты:

Руководитель:

(подпись, дата)

(подпись, дата)

(подпись, дата)

Нормоконтролер:

(подпись, дата)

(подпись, дата)

Считать, что работа (проект) _____ установленным требованиям и _____
(соответствует, не соответствует) (допустить, не допустить)

студента _____ к защите дипломной
(фамилия, имя, отчество)

работы (проекта) в Государственной экзаменационной комиссии.

Протокол кафедры (кафедральной комиссии) № _____ от « ____ » _____ 200 ____ г.

Рецензент

(должность, место работы, фамилия, имя, отчество)

Защиту назначить на « ____ » _____ 200 ____ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ /

(подпись)

(фамилия, и.,о.)

Декан факультета _____ / _____ /

(подпись)

(фамилия, и.,о.)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
КУРГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ»

**РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ**

на тему _____

студент группы _____

Специальность 080502 «Экономика и управление на предприятии (в машиностроении)»

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

Консультант _____
должность, ученое звание, ученая степень / _____ /
Ф.И.О. подпись

Заведующий кафедрой «Экономика и маркетинг»

_____ / _____ /
должность, ученое звание, ученая степень

подпись

Курган 200__

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
КУРГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ»

ГРАФИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ
(демонстрационная)
К ДИПЛОМНОМУ ПРОЕКТУ

на тему

Студент

Группа

Специальность 080502 «Экономика и управление на предприятии
(в машиностроении)»

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

Консультант _____
_____ / _____ /
должность, ученое звание, ученая степень /
Ф.И.О. / подпись

Заведующий кафедрой «Экономика и маркетинг»
_____ / _____ /
должность, ученое звание, ученая степень /
подпись

**Графическая часть
(демонстрационная)
К ДИПЛОМНОМУ ПРОЕКТУ**
на тему _____

Группа _____

Специальность _____

Студент _____

200__

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное агентство по образованию

Курганский государственный университет

ОТЗЫВ НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ

по теме.....
.....

студента
(фамилия, имя, отчество)

направления (специальности).....

(шифр и наименование направления, специальности)

Работа

(соответствие темы заданию, полнота раскрытия темы, теоретический уровень и практическая значимость работы)

За время работы студент проявил

(степень самостоятельности и творческой инициативы дипломника, его деловые качества)

Работа выполнена.....
(качество оформления работы)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Считаю возможным
(возможность допуска студента к защите квалификационной работы)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Студент заслуживает
(возможность присвоения выпускнику квалификации)

.....
.....
.....
.....

Руководитель
(фамилия, и.о., должность, ученые степень и звание)

Подпись

Дата

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное агентство по образованию

Курганский государственный университет

Рецензия на дипломную работу (проект)

по теме.....

.....

студента

(фамилия, имя, отчество)

специальности.....

(шифр и наименование специальности)

Работа (проект)

(соответствие темы заданию, полнота раскрытия темы)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Практическая значимость

.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Качество оформления

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Недостатки

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Изложенное позволяет считать, что рецензируемая работа (проект)

(отвечает или не отвечает установленным требованиям)

.....
.....
.....
.....
.....

Рецензент
(фамилия, и.о., должность, место работы)

Подпись

Дата

Семенов Вячеслав Михайлович

Косова Светлана Александровна

ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ

Методические указания
к выполнению дипломного проекта
для студентов специальности 080111

Редактор Н.М. Устюгова

Подписано к печати	Формат 60*84 1/16	Бумага тип .№ 1
Формат 60*84 1/16	Усл. печ.л. 2,0	Уч.- изд. л. 2,0
Заказ	Тираж 100	Цена свободная

РИЦ Курганского государственного университета.

640669, г Курган, ул. Гоголя, 25.

Курганский государственный университет.