**РУКОВОДИТЕЛИ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Руководитель (ФИО) | Должность | Телефон, эл. почта |
| Бармина Элеана Эмильевна | к.м.н., доцент | 282-57-53 (доп. 124), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Болотов Андрей Михайлович | к.т.н., доцент | 282-57-53 (доп. 132), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Галеев Марат Мирсояфофич | д.э.н., профессор | 282-57-53 (доп. 145), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Вологжанин Олег Юрьевич | к.т.н., доцент | 282-57-53 (доп. 132), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Галкина Людмила Сергеевна | ст. преподаватель | 282-57-53 (доп. 132), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Иванов Александр Иванович | к.ф.н., доцент | 282-57-53 (доп. 124), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Ильин Вадим Владимирович | к.т.н., доцент | 282-57-53 (доп. 132), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Кочинов Юрий Александрович | к.т.н., доцент,  и.о.зав кафедрой | 282-57-53 (доп. 124), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Литвинова Марина Викторовна | ст.преподаватель | 282-57-53 (доп. 124), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Лукашин Максим Сергеевич | ст. преподаватель | 282-57-53 (доп. 124), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Мишушин Владимир Викторович | к.п.н., доцент | 282-57-53 (доп. 145), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Ожгихина Анна Сергеевна | ст. преподаватель | 282-57-33 (доп. 122), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Серебрякова Наталия Александровна | ст. преподаватель | 282-57-53 (доп. 132), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Силин Александр Владимирович | к.т.н., доцент | 282-57-37 (доп. 121), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Старикова Людмила Николаевна | к.соц.н., доцент | 282-57-53 (доп. 124), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Тиунова Наталья Геннадьевна | ст. преподаватель | 282-57-53 (доп. 124), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |
| Черданцев Вадим Петрович | д.э.н., профессор | 282-57-53 (доп. 145), [kafkomm@rsute.perm.ru](mailto:kafkomm@rsute.perm.ru) |

**ГРАФИК КОНСУЛЬТАЦИЙ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ВКР**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Руководитель (ФИО) | Дни недели | Время проведения |
| Бармина Элеана Эмильевна | понедельник | 17.00-18.30 |
| пятница | 12.00-13.30 |
| Болотов Андрей Михайлович | четн. вторник | 15.30-17.00 |
| нечет.. пятница | 17.00-18.30 |
| Галеев Марат Мирсояфофич | четверг | 17.30-19.00 |
| Вологжанин Олег Юрьевич | четн. вторник  нечетн.вторник | 13.00-15.30  17.00-18.30 |
| Галкина Людмила Сергеевна | четн. четверг  нечетн. четверг | 15.30-17.00  17.30-19.00 |
| Иванов Александр Иванович | суббота | 11.30-13.00 |
| Ильин Вадим Владимирович | четн. четверг  нечетн. четверг | 16.00-17.30  17.30-19.00 |
| Кочинов Юрий Александрович | вторник | 12.00-13.30 |
| четверг | 17.00-18.30 |
| Литвинова Марина Викторовна | 09.11, 10.11,17.11, 18.11, 21.11,22.11, 29.11, 30.11,07.12, 08.12,12.12,15.12, 16.12, 19.12, 20.12 ,27.12, 28.12 | 14.00-15.30 |
| Лукашин Максим Сергеевич | вторник | 17.00-18.30 |
| пятница | 17.00-18.30 |
| Мишушин Владимир Викторович | вторник  пятница | 10.00-11.30  17.30-19.00 |
| Ожгихина Анна Сергеевна | четн.среда  нечетн.среда | 14.00-15.30  17.30-19.00 |
| Серебрякова Наталия Александровна | четверг | 17.00-18.30 |
| Силин Александр Владимирович | пятница | 17.00-18.30 |
| Старикова Людмила Николаевна | понедельник | 13.00-18.00 |
| Тиунова Наталья Геннадьевна | вторник | 14:00-15.30 |
| суббота | 11.30-13.00 |
| Черданцев Вадим Петрович | четверг | 17.00-18.30 |

**ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА**

**ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ**

для студентов, обучающихся по основной образовательной программе и сокращенной образовательной программе в 2016-2017 учебном году

**по направлению: 38.03.06 – Торговое дело,**

**профиль - Коммерция**

1. Организация и совершенствование торговой деятельности предприятий оптовой и / или розничной торговли.
2. Разработка системы управления бизнес-процессами на торговом предприятии.
3. Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия в условиях конкуренции.
4. Информационная система обеспечения коммерческой деятельности торгового предприятия.
5. Организация и развитие складского хозяйства предприятий оптовой торговли.
6. Исследование рынка закупок и сбыта товаров в оптовой и / или розничной торговле.
7. Моделирование коммерческой деятельности на предприятиях торговли.
8. Совершенствование системы формирования коммерческих связей на предприятиях оптовой торговли.
9. Организация закупочной деятельности предприятия оптовой торговли на товарном рынке.
10. Управление товарными запасами на предприятиях оптовой торговли.
11. Повышение эффективности оптовой продажи товаров.
12. Формирование и управление коммерческими операциями в оптовой торговле.
13. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности предприятия оптовойторговли.
14. Оценка эффективности торговой деятельности предприятия оптовой торговли.
15. Оценка рисков в коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
16. Обеспечение безопасности торговой деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.
17. Оценка коммерческой деятельности торговых предприятий на товарных рынках (продовольственном, непродовольственном, конкретного товара).
18. Развитие франчайзинга как формы поддержки малого предпринимательства в торговле.
19. Прогнозирование продаж и бюджетирование закупок товаров в торговом предприятии.
20. Оценка степени влияния конъюнктуры потребительского рынка на торговую деятельность предприятия.
21. Место мерчандайзинга в организации продаж товаров на предприятии розничной и \ или оптовой торговли.
22. Способы автоматизации торговых процессов и пути повышения эффективности их организации.
23. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности малых предприятий в розничной торговле.
24. Влияние материально-технической базы предприятий розничной торговли на эффективность торговой деятельности.
25. Форматы предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров.
26. Выбор нового формата для предприятия розничной торговли с целью повышения эффективности торговой деятельности.
27. Формирование оптимального торгового ассортимента предприятия розничной торговли.
28. Внедрение системы категорийного мнеджмента на предприятиях розничной торговли.
29. Закупка товаров и формирование коммерческих связей предприятиями розничной торговли на потребительском рынке.
30. Совершенствование системы закупочной деятельности предприятия розничной торговли.
31. Использование мерчандайзинга на предприятиях розничной торговли с целю повышения эффективности продаж.
32. Оптимизация системы закупки товаров и их реализации на базе использования в оптовой (розничной) торговле информационных технологий.
33. Совершенствование процесса продажи товаров и торгового обслуживания покупателей в розничной торговле.
34. Совершенствование системы торгового сервиса в розничной торговле и его влияние на результаты торговой деятельности предприятия.
35. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.
36. Организация и развитие электронной торговли в России (или на примере торгового предприятия).
37. Моделирование коммерческой деятельности в торговом предприятии.
38. Проектирование бизнес-процессов на предприятиях оптовой или розничной торговли.
39. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.
40. Оценка инновационного потенциала торговых организаций и пути его повышения.
41. Формирование стратегии развития компании на товарном рынке.
42. Использование современных видов стратегий в коммерческой деятельности оптовой (розничной) компании.
43. Разработка маркетинговой стратегии торгового предприятия (или предприятия сферы услуг).
44. Разработка стратегии организации для выхода на внешний рынок.
45. Разработка конкурентоспособной сервисной стратегии предприятия на потребительском рынке.
46. Выбор стратегии развития торговой деятельности предприятий на товарном рынке.
47. Значение бизнес-планирования в реализации стратегии развития компании.
48. Разработка бизнес-плана предприятия и его применение для организации торговой деятельности предприятия.
49. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия в инфраструктуре рынка (на примере конкретной фирмы).
50. Анализ коммерческой деятельности лизинговых компаний.
51. Совершенствование коммерческой деятельности торговых предприятий с применением аутсорсинга.
52. Оптимизация системы взаимодействия торговой организации с коммерческим банком.
53. Роль франчайзинга в организации коммерческой деятельности фирмы.
54. Анализ организации коммерческой деятельности страховых компаний.
55. Организация страхования банковских кредитов.
56. Организация страхования экспортных кредитов.
57. Организация страхования коммерческих рисков.
58. Роль транспорта в коммерческой деятельности (на примере конкретной организации, предприятия).
59. Пути совершенствования грузовых перевозок на разных видах транспорта (по выбору).
60. Разработка механизма снижения издержек при транспортировке грузов.
61. Организация и совершенствование коммерческой деятельности в сфере транспорта.
62. Организация перевозок грузов (на примере конкретного транспортного субъекта).
63. Организация транспортного обеспечения в коммерческой деятельности торгового предприятия.
64. Разработка рациональной системы товародвижения в торговом предприятии.
65. Применение модульных таротранспортных систем в процессе товародвижения.
66. Роль и сущность пакетирования и контейнеризации в процессе товародвижения.
67. Совершенствование процесса управления технологическими процессами на предприятиях оптовой торговли.
68. Организация управления погрузочно-разгрузочными и транспортно-складскими операциями на складе.
69. Совершенствование процессов хранением товаров на складе.
70. Организация и совершенствование процесса управления товарными потоками на складе.
71. Организация и технология по поступлению и приемке товаров на складе.
72. Формы организации складского технологического процесса на оптовых предприятиях.
73. Организация и технология транспортно-экспедиционных операций на складе.
74. Рационализация складского технологического процесса на оптовых предприятиях.
75. Значение отдельных составляющих технологического процесса в организации и проектировании предприятий оптовой и \ или розничной торговли.
76. Совершенствование технической оснащенности предприятий оптовой и \ или розничной торговли и эффективность использования новых видов оборудования.
77. Управления торгово-технологическими процессами в розничной торговле.
78. Роль и значение составляющих технологического процесса в организации и проектировании предприятий розничной торговли.
79. Техническая оснащенность предприятий розничной торговли и эффективность использования новых видов оборудования.
80. Анализ взаимосвязи торгово-технологического процесса с устройством и планировкой магазина, повышение эффективности.
81. Организация рациональной технологической планировки торговых залов магазинов.
82. Совершенствование организации управления технологическими процессами в магазинах.
83. Организация и технология приемки товаров по количеству и качеству в розничной торговле.
84. Основные направления совершенствования торгово-технологического процесса в магазине.
85. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий.
86. Организационно-технологические аспекты формирования торговых сетей и интегрированных торговых структур.
87. Формирование технической оснащенности розничных сетей и их влияние на эффективность коммерческой деятельности.
88. Организация деятельности малого предприятия в сфере услуг (на примере...).
89. Сравнительный анализ развития малых предприятий в торговле России и за рубежом.
90. Организация управления малым (семейным) предприятием.
91. Организация и совершенствование системы сервиса в торговле.
92. Организация и совершенствование посылочной торговли в современных условиях.
93. Стратегия развития предпринимательства в сфере услуг.
94. Способы предотвращения предпринимательских рисков в сфере коммерции.
95. Внутрифирменное планирование предпринимательской деятельности.
96. Инжиниринг и реинжинириг бизнес-процессов в торговле.
97. Управление конкурентоспособностью товаров и услуг.
98. Организация и развитие торгового предпринимательства на современном этапе.
99. Стратегический анализ внешней предпринимательской среды.
100. IT – инфраструктура предприятия розничной торговли.
101. IT – инфраструктура предприятия оптовой торговли.
102. Инновации в использовании торгового пространства в магазинах современных форматов.
103. Организация продаж товаров в магазинах с использованием правил и методов мерчандайзинга.
104. Разработка стандартов планировки торговых залов для сетевых магазинов.
105. Направления совершенствования организации и технологии вендинговой торговли.
106. Синергетический эффект функционирования торгового центра.
107. Организация коммерческой деятельности Интернет – магазина.
108. Механизм взаимодействия розничной торговли и дистрибутивных сетей.
109. Аутсорсинг, как инструмент сокращения затрат на ведение торгового дела.
110. Повышение конкурентоспособности малого бизнеса в условиях финансово-экономического кризиса.
111. Оценка состояния бизнес – среды и привлекательности предпринимательского капитала.
112. Эффективные взаимодействия банка и торговой сети (инновационные кредитные продукты в современных условиях).
113. Риски в сфере инновационной деятельности предприятий.
114. Оценка инновационного потенциала торгового предприятия и пуи его повышения.
115. Современные системы безопасности для предприятий розничной торговли.
116. Современные схемы развития торговли как движение к принципиально новым типам организации бизнеса.
117. Организация и оценка эффективности процесса выхда на новые рынки сбыта торговой организации.
118. Современные «агрессивные» (в отношении цены) формы торговли.
119. Формирование стратегии инновационного развития коммерческой деятельности предприятия торговли.
120. Разработка перспективных направлений повышения качества торгового обслуживания в современной экономической ситуации.
121. Разработка маркетинговой стратегии выхода из кризиса для торгового предприятия.
122. Разработка инновационного проекта (бизнес-плана) торгового предприятия.
123. Экономико-организационные меры по повышению конкурентоспособности торгового предприятия.
124. Исследование изменений потребительского поведения в условиях кризиса (на примере одного из товарных рынков региона).
125. Изучение практики применения розничными торговыми организациями нормативных правовых актов в сфере продаж.
126. Совершенствование коммерческой деятельности на основе комплексного внедрения информационных технологий.
127. Изучение обеспеченности населения региона торговыми объектами (торговыми площадями).
128. Изучение развития форматов розничной торговли в регионе.

**по направлению: 38.03.06 – Торговое дело,**

**профиль - Маркетинг в торговой деятельности**

1. Организация маркетинговой деятельности в торговой организации.

2. Разработка комплекса маркетинга для организации оптовой (розничной) торговли.

3. Маркетинговое планирование в организации (разработка маркетингового плана).

4. Разработка маркетинговой стратегии торговой организации.

5. Методические подходы к оценке конкурентоспособности организации сферы услуг (оптовой или розничной торговли).

6. Определение целей и формирование маркетинговой стратегии.

7. Оценка привлекательности рынка.

8. Выбор целевых рынков для компании.

9. Разработка бюджета маркетинга.

10. Аудит маркетинга на торговом предприятии.

11. Оценка эффективности маркетинговой деятельности торговой организации.

12. Формирование и повышение имиджа торговой организации.

13. Разработка фирменного стиля организации.

14. Формирование и продвижение корпоративного имиджа.

15. Совершенствование маркетинговой деятельности организации предприятия торговли на принципах мерчендайзинга.

16. Разработка и выведение на рынок новой продукции.

17. Разработка и обоснование марочной политики организации.

18. Разработка стратегии распределения.

19. Формирование каналов распределения товаров (услуг).

20. Использование франчайзинга как формы развития бизнеса.

21. Использование прямого маркетинга в торговой компании.

22. Разработка ценовой политики торговой компании.

23. Выбор стратегии ценообразования для новых товаров и услуг.

24. Обоснование конкурентной ценовой стратегии организации.

25. Интегрированные маркетинговые коммуникации в организации.

26. Маркетинговое обоснование рекламной кампании.

27. Обоснование стратегий продвижения продукции на рынок.

28. Разработка (планирование) рекламной кампании.

29. Разработка (планирование) pr-кампании.

30. Организация взаимодействия организации и рекламного агентства.

31. Оценка экономической и коммуникативной эффективности рекламы.

32. Организации и эффективность персональных (личных) продаж.

33. Организация выставочной деятельности и оценка её эффективности.

34. Обоснование, выбор форм и методов стимулирования продаж (сбыта).

35. Формирование потребительских предпочтений.

36. Проведение качественных и количественных исследований (по конкретным товарам и услугам).

37. Исследование предпочтений, лояльности и степени удовлетворенности потребителей.

38. Анализ состояния, оценка емкости и тенденции развития товарных рынков (на примере одного).

39. Проведение тестирования новой продукции.

40. Использование современных информационных технологий в маркетинге организации предприятия.

41. Разработка системы маркетинговой информации в торговой организации.

42. Стратегии выхода компании на международные рынки.

43. Особенности планирования рекламной кампании для (название целевой аудитории).

44. Особенности планирования рекламной кампании для (название продукта или товарной категории).

45. Особенности проведения маркетинговых исследований для разработки рекламной кампании.

46. Стратегии позиционирования марок в различных рыночных условиях.

47. Моделирование бренд-имиджа торговой компании и стратегии его продвижения.

48. Разработка корпоративных брендов (позиционирование, видение, миссия, ценности.

49. Разработка коммерческого названия и товарного знака как инструмент брендинга (технологии разработки, экспертной оценки и тестирования).

50. Технологии и сценарии ребрендинга: опыт успешного и неудачного применения на российском рынке.

51. Разработка стратегии перепозиционирования торговой организации.

52. Управление брэндингом торговой организации

53. Разработка стратегии маркетинга (на примере торгового предприятия)

54. Разработка и совершенствование плана маркетинга фирмы (на примере……)

55. Разработка бизнес плана нового вида продукции для фирмы (на примере….)

56. Разработка стратегии продвижения товара на рынок (на примере……)

57. Разработка стратегии маркетинговой деятельности (на примере……)

58. Разработка имиджа компании (на примере……)

59. Организация деятельности маркетинговой службы (на примере…..)

60. Роль управленческих решений по маркетингу в целях повышения конкурентоспособности фирмы.

61. Разработка стратегии и тактики маркетинговой деятельности по позиционированию товара (услуги) на рынке.

62. Диагностика состояния фирмы и разработка рекомендаций по ее закреплению на рынке (на примере).

63. Разработка антикризисной маркетинговой стратегии фирмы.

64. Разработка стратегии и тактики рекламной кампании торговой фирмы.

65. Управление рекламной деятельностью в современных российских условиях (на примере…)

66. Организация подразделения по связям с общественностью.

67. Оптимизация маркетинговой деятельности организации

68. Оптимизация маркетинговой деятельности на рынке образовательных услуг.

69. Оптимизация маркетинговой деятельности на рынке страховых услуг.

70. Разработка маркетингового плана для некоммерческих организаций (в здравоохранении, образовании, обороне, охране общественного порядка, работе налоговых служб, ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций)

71. Маркетинг инноваций (на примере…)

72. Обеспечение конкурентоспособности организации в современных рыночных условиях.

73. Разработка коммуникационной стратегии организации (на примере…)

74. Стратегическое управление маркетинговыми интернет- коммуникациями.

75. Управление оптовой торговлей организации.

76. Управление розничной торговлей организации.

77. Оптимизация ассортиментной политики торговой организации.

78. Разработка комплекса маркетинга для организации на рынке товаров промышленного назначения.

79. Разработка комплекса маркетинга организации (на примере)

80. Стратегический подход к управлению маркетингом на торговом предприятии.

81. Разработка плана маркетинга и реализация маркетинговых мероприятий

82. Управление торговыми марками (на примере)

83. Планирование ассортиментной политики организации (на примере)

84. Маркетинговая деятельность торговой фирмы (на примере)

85. Маркетинговая деятельность производственной фирмы (на примере)

86. Маркетинговая деятельность фирмы малого бизнеса (на примере)

87. Маркетинговая деятельность фирмы крупного бизнеса (на примере)

88. Маркетинговые принципы и технологии в ценовой политике на современном российском рынке.

89. Разработка ценовой политики торговой организации.

90. Повышение конкурентоспособности товара (на примере)

91. Особенности ценообразования торговых организации (на примере)

92. Разработка стратегии развития торговых марок (на примере)

93. Разработка стратегии развития товарного ассортимента (на примере)

94. Разработка концепции и организации производства марочных товаров.

95. Планирование и осуществление обновления товарного ассортимента организации.

96. Разработка стратегии формирования спроса.

97. Управление посреднической деятельностью организации.

98. Управление политикой ценообразования в условиях рынка.

98. Управление продвижением, сбытом и организацией продаж в торговой компании.

99. Разработка эффективной системы товародвижения.

100. Выбор стратегий охвата рынка, каналов товародвижения и организация их работы.

101. Разработка оптимальных ценовых и товарных стратегий.

102. Разработка стратегических планов производственно - коммерческой деятельности организации.

103. Создание системы маркетинговых коммуникаций торговой организации.

104. Разработка программы маркетинговой деятельности по увеличению объема продаж фирмы.

105. Совершенствование сбытовой политики торговой организации.

106. Формирование эффективной ассортиментной политики торговой организации.

107. Особенности формирования маркетинговой стратегии организации (на примере)

108. Формирование рекламного образа организации маркетинговый анализ конкурентоспособности организации маркетинг организации в сфере банковских и финансовых услуг.

109. Повышение конкурентоспособности организации (на примере)

110. Организация службы маркетинга (на примере)

111. Формирование имиджа компании в информационном пространстве (на примере)

112. Совершенствование комплекса маркетинга организации (на примере)

113. Управление маркетингом на сервисно-сбытовом организации сферы промышленных услуг.

114. Формирование маркетинговой политики организации.

115. Разработка комплекса маркетинга для организации розничной торговли

116. Маркетинговый анализ конкурентоспособности организации (на примере)

117. Формирование ассортиментной политики (на примере)

118. Оптимизация рекламной деятельности организации.

119. Маркетинг закупочной деятельности оптовой (розничной) организации.

120. Организация маркетинговой деятельности в некоммерческой организации.

120.1. Управление имиджем организации в контактных аудиториях.

120. Формирование стратегии позиционирования организации.

121. Формирование маркетинговой политики организации.

122. Политика торговой организации по внедрению маркетинговых инноваций.

123. Внедрение инноваций в организацию торговой деятельности предприятия.

**по направлению: 09.03.03. Прикладная информатика,**

**профиль - Прикладная информатика в экономике**

1. Проектирование автоматизированной информационной системы документооборота на примере предприятия (название).
2. Разработка автоматизированной информационной системы на примере предприятия.
3. Разработка программного модуля по совершенствованию учета и контроля выпускаемой продукции для предприятия (название).
4. Разработка сайта Интернет-магазина на примере (название).
5. Разработка автоматизированной информационной системы складского учёта на примере предприятия (название).
6. Разработка автоматизированной информационной системы управления запасами на примере предприятия (название).
7. Разработка и внедрение информационной подсистемы учета профилактических прививок на примере ветеринарной клиники.
8. Разработка автоматизированной информационно-поисковой системы наличия и движения товаров на складе на примере предприятии (название).
9. Разработка автоматизированного рабочего места специалиста (название) на примере предприятия (название).
10. Разработка сайта рекламной фирмы на примере (название).
11. Проектирование и внедрение подсистемы управления кадрами на примере предприятия (название).
12. Разработка автоматизированной информационной системы диспетчерской службы транспортного предприятия.
13. Разработка информационной подсистемы учёта успеваемости студентов колледжа.
14. Разработка системы контроля и учёта энергоресурсов на примере предприятия.
15. Разработка автоматизированной информационной системы учета товарооборота фирмы (название).
16. Проектирование автоматизированной информационной системы на примере предприятия (название).
17. Разработка сайта туристической компании на примере (название).
18. Разработка модуля автоматизированной системы оформления заявок на оказание сервисных услуг на примере предприятия (название).
19. Информационное обеспечение деятельности компании оптовой торговли (название компании)
20. Внедрение информационной подсистемы автоматизированной обработки документов коммерческого предприятия.
21. Проектирование автоматизированной информационной системы учёта и анализа деятельности предприятия малого бизнеса.
22. Совершенствование автоматизированной системы контроля за доставкой и транзитом товаров на примере предприятия (название).
23. Разработка автоматизированного рабочего места медицинского персонала образовательного учреждения.
24. Разработка информационной подсистемы классного руководителя образовательного учреждения.
25. Внедрение информационной системы для работы с клиентами на примере предприятия (название).
26. Внедрение информационной подсистемы учета выпуска продукции на примере фермерского хозяйства.
27. Разработка автоматизированной системы оформления заявок на оказание медицинских услуг на примере предприятия (название).
28. Разработка Web-представительства компании (название).
29. Проектирование корпоративной сети на примере предприятия (название).
30. Разработка сайта страховой фирмы на примере (название).
31. Внедрение информационной системы управления продажами на примере предприятия (название).
32. Разработка проекта электронного магазина для предприятия (название).
33. Автоматизация бизнес-процесса (название) с помощью системы (название)
34. Внедрение автоматизированной подсистемы учета кредитования юридических лиц
35. Проектирование автоматизированной подсистемы учета реализации готовой продукции
36. Моделирование бизнес-процессов подсистемы менеджмента качества (название).
37. Модификация системы «1С: Зарплата и кадры» для расчета заработной платы в (название)
38. Разработка модуля операционно-кассового обслуживания юридических лиц для предприятия (название).
39. Исследование системы защиты информации в банке (название).
40. Внедрение подсистемы автоматизации анализа финансово- хозяйственной деятельности предприятия (название).
41. Проектирование подсистемы автоматизации документооборота банка (название).
42. Внедрение подсистемы автоматизации расчета заработной платы на предприятии (название).
43. Проектирование подсистемы автоматизации учета работников предприятия (название) в отделе кадров предприятия (название).
44. Внедрение подсистемы автоматизированного учета взаиморасчетов с контрагентами на предприятии (название).
45. Проектирование подсистемы автоматизированного учета реализации и сертификации готовой продукции на предприятии (название).
46. Разработка модуля обработки платежных поручений в системе (название).
47. Применение Intranet-технологии для автоматизации документооборота на предприятии (название).
48. Разработка программного модуля обработки статистической информации в детском санатории
49. Разработка рекомендаций и технических мероприятий по повышению эффективности работы локальной вычислительной сети (название).
50. Разработка комплекта электронных учебных ресурсов по дисциплине (название).
51. Выбор платежной системы в сфере электронной коммерции (для конкретных применений).
52. Проектирование структуры и механизмов функционирования корпоративного информационного портала для предприятия (название).
53. Исследование проблемы безопасности в системах электронной коммерции и способы ее решения (для конкретных применений).
54. Исследование и выработка практических рекомендаций по созданию WEB проекта.
55. Информационный менеджмент на виртуальных предприятиях сетевой экономики.
56. Выбор методики и организация проектирования ИС (на конкретном предприятии).
57. Разработка электронного учебного пособия по дисциплине (название)
58. Автоматизация рабочего места менеджера по работе с клиентами (название)
59. Совершенствование автоматизации работы с договорами контрагентов отдела документальной поддержки телекоммуникаций (название)
60. Разработка автоматизированной системы управления торговлей на предприятии (название)
61. Разработка системы объемно-календарного планирования
62. Разработка автоматизированной системы ведения реестра негосударственных пенсионных фондов для государственной корпорации «Агентство по страхованию вкладов»
63. Поиск и внедрение информационной системы учета компьютерной техники и ПО в (название)
64. Разработка программного модуля «Учет дефектов и вычисление показателей надежности для АРМ (название)
65. Разработка информационный системы электронного документооборота (название)
66. Поиск и внедрение информационной системы (название)
67. Разработка интернет-магазина для (название)
68. Проектирование автоматизированного рабочего места
69. Модернизация интерфейса корпоративной информационной системы с применением web-технологий
70. Внедрение IVR системы для взаимодействия с клиентами компании
71. Проектирование системы анализа показателей финансовой отчетности
72. Разработка интернет-сайта для (название)

**ГРАФИК СДАЧИ ЧАСТЕЙ ВКР**

## Этапы и сроки

выполнения ВКР для студентов групп **ТДз-41, 42**

направление подготовки - 38.03.06 – Торговое дело

по профилям - Коммерция и Маркетинг в торговой деятельности

Календарный план

выполнения и представления выпускной квалификационной работы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование частей работы | Выполнение ВКР | | | |
| План | | Факт | |
| Срок | % | Срок | % |
| Глава 1. Теоретическая, обзорная | 15.12.2016 г. | 30 |  |  |
| Глава 2. Аналитическая, организационно-экономическая | 30.12.2016 г. | 40 |  |  |
| Глава 3. Практическая | 15.01.2017 г. | 20 |  |  |
| Заключение, список использованных источников | 25.01.2017 г. | 10 |  |  |

**ДАТА ПРЕДЗАЩИТЫ**

**01-03 февраля 2017 г**

**СТРУКТУРА ВКР**

Выпускная квалификационная работа должна иметь следующую структуру:

Титульный лист

Содержание

Введение

Глава 1. Теоретическая, обзорная по заявленной проблематике

Глава 2. Аналитическая, организационно-экономическая по рассматриваемой проблеме

Глава 3. Практическая, с рассмотрением реальной практики, опыта функционирования объекта исследования

Заключение, включающее выводы и предложения (рекомендации)

Список использованных источников (Приложение 6)

Приложения (при необходимости)

**ВОПРОСЫ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ**

**по направлению: 38.03.06 – Торговое дело,**

**профиль - Коммерция**

**Дисциплина: Организация, технология и проектирование предприятий**

1. Товародвижение: понятие, цель, основные участники, принципы и факторы, определяющие рациональность процесса.
2. Роль складов в процессе товародвижения: назначение, функции, классификация, инновации в технологическом процессе.
3. Структура складского технологического процесса, факторы, его определяющие и современные принципы организации.
4. Механизация и автоматизация торгово-технологических процессов на оптовых предприятиях. Общая классификация и требования к складскому оборудованию, расчет потребности в нем.
5. Принципы размещения розничной торговой сети. Основные требования, предъявляемые к современным предприятиям розничной торговли
6. Содержание торгово-технологического процесса в магазине, его структура и современные принципы организации.
7. Устройство и планировка торгового зала. Размещение и выкладка товаров в торговом зале. Организация продажи товаров с использованием правил мерчандайзинга.
8. Механизация и автоматизация технологических процессов в розничной торговле. Общая классификация и требования к торгово-технологическому оборудованию розничного предприятия.
9. Принципы, виды и этапы проектирования торговых предприятий. Нормативная документация по проектированию и строительству предприятий торговли.
10. Пути совершенствования технологических решений при проектировании предприятий торговли.Экспертиза проектов и смет на строительство.

**Дисциплина: Управление торговой организацией**

1. Торговля: понятие, виды и ее роль в бизнесе. Функции торговых предприятий.
2. Требования, предъявляемые к организации торговой деятельности в РФ.
3. Оптовая торговля: понятие, функции и основные тенденции развития отрасли.
4. Классификация и виды оптовых посредников.
5. Понятие, сущность и классификация услуг розничной торговли. Виды торговли.
6. Классификация предприятий розничной торговли и требования к современным форматам.
7. Розничные торговые объединения и механизм управления розничной сетью.
8. Организационные основы и ресурсное обеспечение торговых предприятий.
9. Исследование рынка закупок и сбыта в оптовой и розничной торговле: понятие, направления и методы. Использование результатов исследования в организации торговой деятельности.
10. Организация товароснабжения в сфере оптовой и розничной торговли.
11. Источники поставки товаров в оптовой и розничной торговле. Требования, предъявляемые к поставщикам и организация хозяйственных связей.
12. Понятие ассортиментной политики и факторы, влияющие на формирование ассортимента в оптовой и розничной торговле.
13. Виды и показатели ассортимента в оптовой и розничной торговле.
14. Применение системы категорийного менеджмента в розничной торговле.
15. Понятие и виды товарных запасов формируемых торговыми предприятиями. Учет и анализ товарных запасов в торговле.
16. Организация оптовой продажи товаров: понятие, методы и их эффективность.
17. Организация розничной продажи товаров: понятие, методы и их эффективность.
18. Способы стимулирования сбыта товаров в торговле, особенности их применения и эффективность.
19. Инновации в организации торговой деятельности и их влияние повышение эффективности.
20. Показатели эффективности организации торговой деятельности и направления совершенствования торговых процессов.
21. Стратегическое планирование коммерческой деятельности в торговой организации (на предприятии).
22. Инвестиции в объекты розничной и оптовой торговли, эффективность и стимулирование инвестиционных проектов в области торговой деятельности.
23. Организация деятельности выставок, требования к организации ярмарок и продажи товаров на них.
24. Лизинг: основные понятия, организационные формы, правовое регулирование.
25. Организация торговой деятельности в формате франчайзинга.

**Дисциплина: Маркетинг**

1. Рыночный сегмент, признаки сегментации
2. Маркетинг: цель и основные понятия
3. Понятие позиционирования товаров. Основания для позиционирования
4. Комплекс маркетинга предприятия
5. Этапы жизненного цикла товаров. Стратегия маркетинга на каждом этапе ЖЦТ
6. Товарная реклама: цели, задачи, виды и содержание
7. Маркетинговый подход к ценообразованию
8. Консьюмеризм и проблемы социально-этичного маркетинга
9. Практика маркетинговых исследований: проблемы и перспективы (с учетом российских особенностей)
10. Сущность функций маркетинга в различных отраслях экономики

**Дисциплина: Логистика**

1. Логистика, основные подходы к её определению, особенности и факторы развития. Функции и задачи логистики.

1. Закупочная логистика: понятие, основные аспекты и задачи. Содержание закупочной деятельности.
2. Закупочная логистика. Проблемы, критерии и методы выбора поставщиков.
3. Распределительная логистика: понятия, проблемы, основные тенденции развития. Функции логистического менеджмента в дистрибьюции.
4. Каналы распределения: понятие, роль и функции. Классификация каналов распределения.
5. Склад и его место в логистической системе. Экономические и сервисные выгоды склада, его функции и задачи.
6. Складская сеть и основные этапы её построения. Определение форм владения склада, количества складов, места их расположения и форм снабжения.
7. Запасы, причины их создание и влияние на хозяйственную деятельность. Модель управления запасами с фиксированным размером заказа.
8. Транспортная логистика, транспортный сервис. Этапы управления транспортировкой и выбор вида транспорта.
9. Транспортная логистика, основные способы транспортировки. Интермодальные перевозки их признаки и основные принципы.

**Дисциплина: Товароведение товаров однородных групп:**

1. Классификация продовольственных товаров в учебной и коммерческой деятельности.
2. Классификация непродовольственных товаров в учебной и коммерческой деятельности.
3. Система технического регулирования, ее значение в осуществлении коммерческой деятельности.
4. Номенклатура потребительских свойств товаров (на примере конкретного товара).
5. Градация показателей качества потребительских товаров.
6. Общая товароведная характеристика продовольственных товаров животного происхождения.
7. Общая товароведная характеристика продовольственных товаров растительного происхождения.
8. Общая товароведная характеристика трикотажных и швейных товаров.
9. Общая товароведная характеристика электробытовых товаров.
10. Общая товароведная характеристика кожевенно-обувных товаров.

**по направлению: 38.03.06 – Торговое дело,**

**профиль - Маркетинг в торговой деятельности**

**Дисциплина: Маркетинг**

1. Маркетинг как рыночная, ассортиментная и сбытовая политика удовлетворения индивидуальных и социальных потребностей. Основные функции маркетинга.
2. Функции и базовые принципы маркетинга.
3. Анализ конкурентной среды предприятия. Методы анализа конкурентной среды.
4. Понятие конкурентоспособности товара. Основные показатели конкурентоспособности.
5. Цели ценообразования. Информация, необходимая для принятия решения по ценам.
6. Методы ценообразования, применяемые в практике маркетинга.
7. Основные стратегии ценообразования (стратегия высоких цен, стратегия низких цен, стратегия ценового лидера, стратегия рыночных цен), условия их применения. Возможности изменения цен на разных этапах ЖЦТ.
8. Дистрибьюция, ее формы.
9. Особенности функционирования предприятия в среде международного маркетинга. Влияние интеграционных процессов на маркетинговую среду.
10. Окружающая среда маркетинга, микро и макро факторы среды
11. Исторические концепции развития маркетинга.
12. Жизненный цикл товара, характеристика этапов ЖЦТ, особые случаи ЖЦТ.
13. Особенности маркетинга на разных этапах ЖЦТ. Законы, влияющие на смену этапов ЖЦТ.
14. Использование матрицы БКГ (Бостонской Консалтинговой Группы) при корректировке стратегического хозяйственного портфеля (СХП) предприятия. Характеристика отдельных стратегических бизнес-единиц.
15. Понятие сегмента рынка, признаки сегментирования.
16. Стратегии охвата рынка – массовый (недифференцированный) маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг.
17. Стратегии ценообразования.
18. Понятие товара и товарной единицы, маркетинговые составляющие товара, уровни товара.
19. Характеристика коммуникативной функции маркетинга.
20. Позиционирование – понятие, сущность, значение в бизнесе.

**Дисциплина: Рекламная деятельность**

1. Стимулирование сбыта как форма маркетинговых коммуникаций.
2. Характеристика СМИ. Критерии их выбора и особенности применения.
3. Рекламные средства и их применение. Их преимущества и недостатки.
4. PR как средство создания положительного имиджа организации.
5. Брендинг как технология создания долговременного предпочтения к

организации и ее продукции.

1. План рекламной кампании как элемент маркетинга. Определение

бюджета рекламы.

1. Ход и развитие рекламной кампании в зависимости от этапа ЖЦТ.
2. Закон РФ «О рекламе». Его роль в организации и управлении

рекламной деятельностью.

1. Принципы формирования рекламного бюджета.
2. Методы повышения эффективности рекламной кампании.

**Дисциплина: Маркетинговые исследования**

1. Маркетинговая информация: понятие, виды, источники получения.
2. Этапы маркетинговых исследований, их характеристика
3. Метод панели: сущность, значение, специфика использования
4. Методы маркетинговых исследований, количественные и качественные.
5. Процесс разработки программы маркетинговых исследований
6. Реализация и контроль программы маркетинговых исследований
7. Обработка и анализ маркетинговой информации, составление отчетов и выработка рекомендаций
8. Использование результатов маркетинговых исследований в коммерческой деятельности фирмы.
9. Направления маркетинговых исследований на рынке товаров и услуг
10. Типы маркетинговых исследований: разведочные, описательные, экспериментальные, казуальные.

**Дисциплина: Управление маркетингом**

1. Организация маркетинга в компании. Система организации службы маркетинга.
2. Стратегические решения в товарной политике предприятия.
3. Конкурентоспособность предприятия и его оценка.
4. Управление маркетингом на корпоративном уровне (концепция).
5. Организационные структуры управления маркетингом.
6. Управление маркетингом на корпоративном уровне. Оценка конкурентного положения фирмы на рынке.
7. Матрица «Товар – рынок» и ее использование при разработке стратегии развития предприятия.
8. Управление маркетингом на функциональном уровне. Разработка комплекса маркетинга.
9. Стратегические решения в области сбытовой политики.
10. Разработка плана маркетинга.

**Дисциплина: Коммерческая деятельность**

1. Инфраструктура товарных рынков и ее роль в осуществлении коммерческой деятельности предприятий;
2. Управления коммерческой деятельностью организаций отрасли;
3. Инвестирование в торговые объекты организаций;
4. Договорная работа по материально-техническому и товарному обеспечению;
5. Методы управления товарными запасами на предприятии отрасли;
6. Управление процессом закупок товаров;
7. Государственное регулирование коммерческой деятельности организаций на федеральном и региональном уровнях управления;
8. Основные направления инновационной деятельности предприятий в сфере коммерции;
9. Содержание анализа и оценки коммерческой деятельности организаций отрасли;
10. Управление ассортиментом товаров в организации.

**по направлению: 09.03.03. Прикладная информатика,**

**профиль - Прикладная информатика в экономике**

**Дисциплина: Информатика и программирование**

1. Алгоритм и его свойства. Изобразительные средства алгоритмов: словесный, формульно-словесный, блок-схемный. Изобразительные средства алгоритмов: структурные диаграммы, псевдокод, языки программирования.
2. Структурное программирование. Основные принципы структурной методологии. Нисходящее проектирование, его применение. Модульное программирование. Структурное кодирование. Базовые канонические структуры, используемые при проектировании алгоритмов линейных, ветвящихся и циклических вычислительных процессов.
3. Классификация языков программирования. Общая характеристика языка Паскаль. Структура Паскаль-программы. Прокомментировать назначения разделов. Формат и правила выполнения оператора присваивания. Понятие и применение составного оператора.
4. Понятие процедуры и функции в Паскале. Их назначение, применение, варианты размещения в программе.
5. Правила построения процедуры, размещение ее в программе обращение к ней из вызывающей программы. Обмен информацией между процедурой и вызывающей программой: понятие формального и фактического параметра. Технологии передачи параметров – по ссылке и по значению. Применение этих технологий.
6. Правила построения функции в Паскале, размещение ее в программе, обращение к ней из вызывающей программы. Обмен информацией между функцией и вызывающей программой: понятие формальных параметров, их описание, особенности технологии возврата результата.
7. Сравнительный анализ возможностей процедуры и функции. Возможности преобразования процедуры в функцию и наоборот.
8. Понятие рекурсии. Рекурсивные процедуры и функции, их применение, достоинства и недостатки.
9. Область действия (видимости) имен. Глобальные и локальные переменные. Достоинства и недостатки использования глобальных переменных и параметров при обмене информацией между программами. Рекомендации по применению.
10. Запись как тип данных. Работа с записями: описание записи, оператор присоединения, запись с вариантами. Использование записей.
11. Файлы в Паскале. Понятие физического и логического файла, соотношение между ними. Типы файлов и их описание, стандартные процедуры и функции для работы с файлами. Общие характеристики методов доступа к файлам.
12. Статическая и динамическая память. Общие сведения об управлении динамической памятью с помощью стандартных процедур и функций (GetMem, FreeMem; New, Dispose).
13. Динамические структуры данных. Динамические массивы (одномерные и двумерные), работа с ними.
14. Динамические структуры данных. Списки. Основные виды списков. Действия со списками.
15. Однонаправленные (линейные) списки. Описание, создание, просмотр списка, добавление и удаление элементов.
16. Двунаправленные, симметричные списки. Описание, создание, просмотр списка, добавление и удаление элементов.
17. Кольцевые, циклические списки. Описание, создание, просмотр списка, добавление и удаление элементов.
18. Бинарное дерево. Основные определения и понятия. Бинарный поиск по дереву. Формирование бинарного дерева этим методом.
19. Бинарное дерево. Основные операции с бинарными деревьями. Способы обхода бинарного дерева. Варианты поиска по бинарному дереву.
20. Рекурсия при работе со списками и деревьями. Очередь, стек, дек как формы работы со списком, действия над ними.
21. Тестирование. Понятие и цель тестирования. Правильное и неправильное определение тестирования. Основные определения. Тестирование методом «чёрного ящика». Тестирование методом «белого ящика»
22. Отладка. Общие принципы, методы отладки. Взаимосвязь процессов тестирования и отладки, использование автоматических средств отладки.
23. Основные принципы объектно-ориентированного программирования: инкапсуляция, наследование, полиморфизм. Отличие объектно-ориентированного подхода от модульного при разработке программ.
24. Классы и объекты: их определение, соотношение между ними. Роль составляющих класса – полей, свойств, методов. Спецификаторы доступа published, public, private, protected. Конструкторы и деструкторы, их роль. События и их использование в управлении программой.
25. Основные отличия языка Object Pascal (Дельфи) от Turbo Pascal. Динамические массивы в Дельфи: описание, особенности, применение.
26. Структура модулей в Дельфи. Интерфейсная, исполняемая части, инициирующая и завершающая части. Процедуры и функции: особенности в Дельфи.
27. Работа с файлами и папками в Дельфи: стандартные процедуры и функции, дополнительные возможности по сравнению с Паскалем, окна диалогов работы с файлами.
28. Определение термина «сертификация», виды сертификации. Организационная система сертификации.
29. Основные функции органа по сертификации.
30. Правовые основы сертификации в Российской Федерации. Требования, предъявляемые к испытательным лабораториям.
31. Значение метрологии программных средств для повышения их качества и конкурентоспособности.
32. Качество программного средства и его оценка. Показатели качества программных средств.
33. Надёжность программных средств и её оценка. Модели надёжности.
34. Проблемы, цели и задачи технико-экономического анализа разработки программных средств. Показатели технико-экономического анализа.
35. Оценка экономической эффективности программных средств.
36. Сертификация, метрология и научно-технический прогресс.

**Дисциплина: Базы данных**

1. Понятия банка данных. Компоненты банков данных и их краткая характеристика.
2. Языковые средства СУБД.
3. Классификация баз данных
4. Этапы проектирования баз данных.
5. Инфологическое (концептуальное) моделирование.
6. ER-моделирование. Нотация IDEF1X.
7. CASE-средства проектирования БД
8. Особенности построения ER-модели при использовании ERWin
9. ER-моделирование. Базовая ER-модель.
10. Реляционные модели. Основные понятия.
11. Реляционные модели. Нормальные формы отношений/
12. Реляционные модели. Нормализация отношений/
13. Реляционная алгебра/
14. Факторы, влияющие на проектирование баз данных.
15. Критерии оценки БД
16. Даталогическое проектирование
17. Алгоритм перехода от базовой ER-модели к структуре реляционной базы данных.
18. Ограничения целостности. Понятие и классификация.
19. Возможности задания ограничений целостности в современных СУБД.
20. Языки запросов. Понятие. Классификация.
21. Классификация запросов. Особенности реализации запросов разных классов.
22. Табличные языки запросов. Общая характеристика.
23. Язык SQL. Общая характеристика.
24. Общая структура команды Select языка SQL. Корректировка данных в SQL.
25. SQL. Создание объектов.
26. SQL. Встроенный JOIN.
27. SQL. Понятие курсора. Использование курсоров.
28. SQL. Группировка данных. Использование обобщающих функций.
29. SQL. Создание и использование представлений.
30. Генераторы экранных форм. Назначение. Классификация.
31. Генераторы отчетов. Назначение. Классификация
32. Классификация распределенных банков данных.
33. Проблемы обеспечения целостности в распределенных БД.
34. Сравнение централизованных и распределенных систем.
35. Распределенные БД. Технологии файл-сервер и клиент-сервер.
36. Распределенные базы данных. Технология тиражирования.
37. Проблемы, возникающие при параллельном доступе, и пути их решения.

**Дисциплина: Проектирование информационных систем**

1. Роль ИТ в развитии современных бизнес - процессов.
2. Этапы развития информационных систем в экономике и управлении.
3. Классификация информационных систем в экономике и управлении.
4. Функциональные подсистемы ЭИС.
5. Виды обеспечения ЭИС.
6. Назначение информационно-аналитических систем и основные задачи, которые выполняют на основе их применения.
7. Классификация средств выполнения анализа с помощью информационных технологий.
8. Признаки систем оперативного анализа данных (OLAP-систем), содержание оперативного анализа.
9. Задачи и средства интеллектуального анализа данных.
10. Концепция информационных хранилищ как основного источника знаний и оперативных данных в процессе управления предприятием.
11. Понятие процесса проектирования и проекта ЭИС. Требования к проекту ЭИС.
12. Понятия и типы экономической информационной системы (ЭИС), состав и характеристика обеспечивающих подсистем ЭИС.
13. Понятие функциональной подсистемы. Классы и содержание подсистем. Методы выделения функциональных подсистем.
14. Понятие автоматизированного рабочего места (АРМ), виды АРМ, структура АРМ. Требования к проектированию АРМ разных видов.
15. Понятие технологии проектирования ЭИС. Состав компонент технологии проектирования и их взаимосвязь. Требования к технологии проектирования.
16. Назначение модели цикла жизни проекта. Характеристика модели цикла жизни проекта ЭИС.
17. Классификация технологий, методов и средств проектирования ЭИС и их характеристика.
18. Содержание концепции оригинального проектирования. Состав методов и средств оригинального проектирования.
19. Содержание концепции, методы и средства типового проектирования ЭИС.
20. Содержание концепции, методы и средства автоматизированного проектирования ЭИС.
21. Состав и содержание работ на этапе сбора материалов обследования. Методы организации обследования и сбора материалов обследования.
22. Состав и содержание операций этапа анализа материалов обследования.
23. Содержание ТЭО и Технического задания (ТЗ) на проектирование ЭИС.
24. Состав и содержание операций этапа Технического проектирования ЭИС. Состав компонент Технического проекта.
25. Состав показателей оценки достоверности и экономической эффективности технологических процессов и методика их расчета.
26. Понятие классификатора экономической информации. Виды объектов классификации и кодирования. Состав и содержание операций проектирования классификаторов экономической информации.
27. Понятие Унифицированной системы документации (УСД). Требования к УСД. Состав и содержание операций проектирования системы экономической документации ЭИС.
28. Понятие информационной базы (ИБ). Классификация способов организации ИБ. Требования к информационной базе. Состав операций проектирования ИБ.
29. Понятие технологического процесса (ТП) обработки информации в ЭИС. Состав типовых операций отдельных этапов технологического процесса. Требования к ТП.
30. Состав и содержание операций проектирования технологического процесса получения и загрузки первичной информации в ИБ. Методы контроля.
31. Содержание проектирования процедур актуализации и обеспечения достоверности, целостности и надежности хранения данных.
32. Состав операций проектирования технологического процесса обработки информации в пакетном и в диалоговом режиме.
33. Основные принципы методологии RAD. Особенности RAD-технологии. Классы используемых инструментальных средств.
34. Содержание функционально-ориентированного подхода Case-технологии проектирования ЭИС. Состав диаграмм и классы средств.

Дисциплина Экономика

**Дисциплина: Экономика**

**МИКРОЭКОНОМИКА**

1. Краткосрочный и долгосрочный периоды деятельности фирмы. Закон убывающей отдачи факторов производства и его действие в краткосрочном периоде.
2. Цена продукции, валовой доход и предельный доход фирмы, действующей в условиях совершенной конкуренции.
3. Основные средства предприятия, их виды и назначение. Порядок учета. Показатели эффективности использования основных средств на предприятии пути её повышения
4. Оборотные средства предприятия, понятия, состав, структура, источники формирования, показатели эффективности его использования.
5. Формы и системы оплаты труда, их выбор на предприятии. Мотивация труда.
6. Персонал предприятия: понятие, структура, анализ и планирование.
7. Валовой доход: структура и источники его образования. Факторы, влияющие на величину валового дохода. Методы анализа.
8. Издержки обращения предприятия: основные статьи, методы анализа, показатели эффективности использования издержек.
9. Прибыль предприятия, её виды. Факторы, влияющие на величину прибыли. Направления использования.
10. Понятие рентабельности предприятия. Система показателей рентабельности. Их экономическая интерпретация

**МАКРОЭКОНОМИКА**

1. Ограниченность ресурсов, проблема выбора оптимального решения и граница производственных возможностей.
2. Собственность как экономическая категория. Виды и формы собственности в современной России.
3. Теория потребительского выбора. Кривые безразличия и бюджетные ограничения. Эффект замещения и эффект дохода.
4. Валовой внутренний продукт и валовой национальный продукт: методы расчета и различия между ними.
5. Совокупный спрос. Кривая совокупного спроса. Ценовые и неценовые факторы, оказывающие влияние на него.
6. Специфика кривой совокупного предложения. Ценовые и неценовые факторы, оказывающие влияние на кривую совокупного предложения.
7. Модель макроэкономического равновесия совокупного спроса и совокупного предложения.
8. Экономический рост: понятие, типы и показатели. Графическое изображение экономического роста.
9. Государственный бюджет, его структура, дефицит и профицит.
10. Основные направления социальной политики государства. Измерение степени неравенства в доходах: кривая Лоренца, коэффициент Джини. Прожиточный минимум, уровень и качество жизни.

**ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ВКР**

1. Общие положения

Работа выполняется на листах формата А4, пронумерованных и сброшюрованных. Нумерация листов – сквозная, располагается внизу / вверху посередине листа. Все страницы выпускной квалификационной работы обязательно должны быть пронумерованы. Номера страницы на титульном листе не ставится**.** Нумерация страниц начинается со второго листа (содержания) и заканчивается последним. На втором листе ставится номер «2». Аннотация работы на русском и иностранном языках не нумеруется**.**

Каждый раздел работы (введение, главы, заключение) следует начинать с новой страницы, а подразделы («параграфы») располагать друг за другом вплотную и отделять двумя свободными строками.

Заголовки структурных элементов основной части следует располагать в середине строки без точки в конце и печатать прописными буквами. Если заголовки содержат несколько предложений, их разделяют точками. Название каждой новой части и параграфа в тексте работы следует выделять жирным шрифтом.

Нумерация глав ВКР – сквозная, нумерация параграфов сквозная в пределах главы выпускной квалификационной работы.

Работа должна быть выполнен на ПК через 1,5 интервала шрифтом Times New Roman, размер шрифта – 14 пт.

Поля: верхнее и нижнее – 25 мм, левое – 30 мм, правое – 10 мм.

Статистические данные, приводимые в работе, должны быть оформлены в виде таблиц, графиков, диаграмм.

При использовании цитат и статистических данных, приводимых по тексту, по окончании цитаты в скобках указывается порядковый номер источника согласно списку литературы и через точку номер страницы, например, [3, с.10].

2. Требования к оформлению таблиц

Цифровой материал, когда его много, оформляют в виде таблиц.

В тексте обязательно должна быть ссылка на таблицу и именно в том месте текста, где формулируется положение, дополняемое, подтверждаемое или иллюстрируемое табличными данными. При ссылке следует писать слово "таблица" с указанием ее номера.

Таблицу рекомендуется размещать сразу после ссылки на нее в тексте или на следующей странице, обязательно в пределах данного параграфа или главы до следующего заголовка, но не непосредственно перед ним. Таблица должна быть закрыта двумя- тремя строками текста.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами. Нумерация может быть сквозной или в пределах главы. В последнем случае номер таблицы состоит из номера главы и порядкового номера таблицы, разделенных точкой (например: Таблица 2.5).

Слово "таблица" и ее номер помещается над таблицей слева, далее через дефис пишется наименование таблицы. Наименование должно отражать содержание таблицы, быть точным, кратким. Наименование таблицы пишется с прописной буквы без точки в конце.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист. При переносе части таблиц на другой лист название таблицы указывают один раз над первой частью таблицы, над другими частями, переносимыми на следующие листы, пишут слова "продолжение таблицы" и указывают номер таблицы.

Шрифт текста в таблице – Times New Roman,размер шрифта– 12 пт, с одинарным интервалом.

Таблицу с большим количеством граф допускается делить на части и помещать одну часть под другой в пределах страницы.

Заголовки граф и строк следует писать с прописной буквы в единственном числе, в именительном падеже. Подзаголовки граф пишутся со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. Не допускается сокращение слов. Точки в конце заголовков и подзаголовков не ставят.

В каждой таблице должны быть указаны единицы измерения показателей и период времени, к которому относятся данные (если это необходимо). Единицы измерения могут указываться как в заголовке соответствующей графы, так и в заголовке таблицы (через запятую, после названия), если все ее показатели выражены в одинаковых единицах измерения.

Если все данные в строке приведены для одной единицы измерения, то эту единицу указывают в соответствующей строке таблицы.

Числовые данные записываются с одинаковой степенью точности в пределах каждой графы. При этом разряды располагаются над разрядами. Целая часть отделяется от дробной запятой. В таблице не должно быть пустых клеток: если данные равны нулю пишется «0», если данные не существуют - «-».

Если таблица заимствована из литературных источников, то обязательна ссылка на источник. Ссылка помещается сразу после таблицы. Например: Составлено по источнику: Бюллетень банковской статистики. – М.: ЦБ РФ. 1994. - №1.- С. 33-37.

Примечания, дополнительные комментарии и сноски к таблицам помещаются непосредственно под соответствующей таблицей. Сноски к цифрам в таблице обозначаются только звездочками.

Пример оформления таблицы:

Таблица 1- Динамика и структура стоимости имущества

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Удельный вес в стоимости имущества, % | | Изменение к 01.01.2005 | |
| 01.01.2005 | 31.12.2005 | абсолютное, тыс. руб. | относительное, % |
| Стоимость имущества | 100,0 | 100,0 | 10035 | 293,3 |
| Внеоборотные активы | 34,7 | 18,3 | 983 | 154,5 |
| Оборотные активы | 65,3 | 81,7 | 9052 | 367,2 |

3. Требования к оформлению формул

Формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Если уравнение не умещается в одну строку, оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков сложения (+), вычитания (-), умножения, деления (:). Причем знак в начале следующей строки повторяют.

Пояснения обозначений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в какой они даны в формуле. Пояснения каждого символа и числового коэффициента в формуле следует давать с новой строки, например, выручка от продаж определяется по формуле

TR = P \* Q, (1.5)

где P – цена единицы продукции;

Q – количество продукции.

Формулы нумеруются арабскими цифрами в пределах главы. Номер формулы состоит из номера главы и порядкового номера формулы, разделенных точкой. Номер указывают с правой стороны страницы на уровне формулы в круглых скобках.

Ссылки в тексте на порядковый номер формулы даются в скобках, например, по формуле (3.2).

4. Требования к оформлению иллюстративного материала

К иллюстративному материалу относятся: диаграммы, графики, схемы, фото и т.п., которые называются рисунками. На рисунки, расположенные в основной части ВКР, делается обязательная ссылка:

- в круглых скобках, например: Спрос на товар увеличился вдвое (Рисунок 1);

- в виде оборота, например: Как видно из рисунка 8, спрос на товар увеличился вдвое;

- в приложении (например: Динамика увеличения спроса на товары представлена на рисунке в Приложении 1).

Рисунок имеет подрисуночный текст - название, раскрывающее его содержание, например:



Рисунок 1 - Структура ассортимента женской обуви марки Camel Active

Нумерация рисунков может быть сквозной в пределах всей текстовой части ВКР (например: Рисунок 1, Рисунок 2 и т.д.) или в пределах главы (например: Рисунок 1.1, Рисунок 1.2, где первая цифра обозначает номер главы, вторая - порядковый номер рисунка).

5. Требования к оформлению списка использованных источников

Список использованных при подготовке ВКР источников, учебной, научной и периодической литературы оформляется в соответствии с ГОСТом 7.1-2003 "Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления".

**Порядок составления списка использованных источников**

1. Нормативные правовые документы (указываются в порядке их значимости);
2. Книги, статьи, электронные ресурсы на русском языке (указываются в алфавитном порядке);
3. Книги, статьи, электронные ресурсы на иностранном языке (указываются в алфавитном порядке).

**Пример оформления** **списка использованных источников**

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 №51-ФЗ (действующая редакция от 05.05.2014)
2. Федеральный Закон от 16.07.1998 №102-ФЗ (ред. От 01.07.2014) «Об ипотеке (залоге недвижимости)» (с изм. и доп. вступ. в силу с 25.07.2014);
3. Указ Президента РФ от 07.05.2012 №600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг»
4. Постановление Правительства РФ от 05.05.2014 №404 «О некоторых вопросах реализации программы «Жилье для российской семьи» в рамках государственной программы Российской Федерации «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» [Электронный ресурс] / Консультант-плюс. – 1999-2015. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 17.01.2015).
5. Распоряжение Правительства РФ от 08.11.2014 №2242-р об утверждении «Стратегии развития ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации до 2020 года»
6. Баронин, С. А. Ипотечное кредитование жилищного строительства: Учебное пособие /С.А. Баронин, В.В. Бочкарев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 – 189 с.
7. Звонова, Е. А. Деньги, кредит, банки: Учебник/под ред. Е. А. Звоновой. – М.: ИНФРА-М, 2015 – 592с.
8. Жуков, Е. Ф. Деньги. Кредит. Банки. Ценные бумаги. Практикум: учебное пособие / Е. Ф. Жуков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 431 с.
9. Карташов, В.А. Формирование и развитие здоровой конкуренции на российском финансово-кредитном рынке: монография / В.А. Карташов. – М.: Издательский дом Академии Естествознания, 2014. – 172 с.
10. Князев, В.Г., Слепов В.А. Финансы: Учебник / под ред. В.Г. Князева, В.А. Слепова. – М.: Магистрат – 2010. – 656с.
11. Мотовилов, О. В. Банковское дело: учебник / О.В. Мотовилов, С.А. Белозеров. – М.: Проспект. - 2013. - 408 с.
12. Русецкий, А.Е. Государственная регистрация ипотеки: научно-практическое пособие / А.Е. Русецкий. – М.: Юстицинформ, 2011. – 266 с.
13. Варламова, Т.П. Ипотечное кредитование в России: история и современное состояние / Т.П. Варламова // Поволжский торгово-экономический журнал. - 2014. - № 5 (39). - С. 42-50.
14. Ермилова, М.И. Сущность и основные тенденции ипотечного кредитования / М.И. Ермилова // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. - 2011. - № 1. - С. 220-221.
15. Кудеев, А.С. Регулирование рынка ипотечного кредитования и жилищного строительства (на примере Липецкой области) / А.С. Кудеев // Вопросы государственного и муниципального управления. - 2010. - №4. – С. 82-104.
16. Поляков, А.Ф. Реализация приоритетного национального проекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России» как важнейший фактор повышения человеческого потенциала / А.Ф. Поляков, Е.В. Зотова, Н.Н. Катайкина // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. - 2011. - № 6. - С. 156-161.
17. Рейтинг ипотечных банков [Электронный ресурс] / ООО «РУСИПОТЕКА». – 2003-2014. – Электрон. дан. – Режим доступа: [http://rusipoteka.ru/ profi/ipoteka-rejtingi/rejting\_ipotechnyh\_bankov/](http://rusipoteka.ru/%20profi/ipoteka-rejtingi/rejting_ipotechnyh_bankov/) (дата обращения: 15.01.2015).
18. Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. – 1995-2015. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.01.2015).

**СПИСОК НОРМАТИВНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ**

1. Гражданский кодекс РФ (с изменениями 2015 года).
2. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-Ф3 (в ред. от 31.12.2014) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».
3. Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. №2300-1 (в ред. от 13.07.2015) «О защите прав потребителей».
4. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (в ред. от 13.07.2015).
5. Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 29.06.2015) "Об обществах с ограниченной ответственностью".
6. Федеральный Закон РФ «Об обеспечении единства измерений» № 102-ФЗ от 26.06.2008 года.
7. Федеральный закон от 22.05.2003 N 54-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт".
8. Федеральный закон от 22 ноября 1995 г. N 171-ФЗ (ред. от 29.06.2015). "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции".
9. Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 N 55 (ред. от 05.01.2015) "Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования. на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации".
10. Постановление Правительства РФ от 21.07.1997 N 918 (ред. от 04.10.2012) "Об утверждении Правил продажи товаров по образцам".
11. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 N 612 (ред. от 04.10.2012) "Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом".
12. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения. - М.: Стандартинформ, 2014.
13. ГОСТ Р 51304-2009 Услуги розничной торговли. Общие требования. - М.: Стандартинформ, 2010.
14. ГОСТ Р 51773-2009 Розничная торговля. Классификация предприятий. - М.: Стандартинформ, 2010.

**ЗАЯВЛЕНИЕ**

**(образец оформления)**

Зав. кафедрой «Торгового дела и информационных технологий»

(название кафедры)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Ф.И.О. зав. кафедрой)

от студента Факультета Коммерции,

заочной формы обучения,

4 курса группы ТДз-41

Ивановой Натальи Николаевны

(Ф.И.О. полностью)

Контактный телефон \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ЗАЯВЛЕНИЕ**

Прошу утвердить тему выпускной квалификационной работы в следующей редакции: «Разработка системы управления бизнес-процессами на торговом предприятии» и назначить научного руководителя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(Ф.И.О. научного руководителя)*

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_ г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись студента)

Научный руководитель:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(должность, ученая степень и звание, Ф.И.О.) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись научного руководителя)

Тема и научный руководитель утверждены на

заседании кафедры \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ протокол № \_\_\_\_\_

(название кафедры)

от «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_ г.

**ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ**

**(образец оформления)**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**

**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»**

Факультет Коммерции

Кафедра Торгового дела и информационных технологий

|  |
| --- |
| «Допустить к защите» |
| Заведующий кафедрой  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (название кафедры)  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (Ф.И.О. зав. кафедрой)  «\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_ г. |

**Выпускная квалификационная работа**

Направление 38.03.06 «Торговое дело»

профиль «Коммерция»

ТЕМА Разработка системы управления бизнес-процессами на торговом

предприятии

Выполнил студентка Иванова Наталья Николаевна

|  |
| --- |
| Научный руководитель выпускной квалификационной работы  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (Ф.И.О., степень, звание, должность)  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (подпись) |
| Автор\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (подпись) |

Группа ТДз-41

Пермь – 2017

**РЕЦЕНЗИЯ**

**(образец оформления)**

**РЕЦЕНЗИЯ**

**НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**

Выпускная квалификационная работа (бакалаврская работа) выполнена

Студентом (кой) Ивановой Натальей Николаевной

Факультета Коммерции

Кафедры Торгового дела и информационных технологий Группы ТДз-41

Направления подготовки 38.03.06. Торговое дело

Наименование темы: Разработка системы управления бизнес-процессами на торговом предприятии

Рецензент Сидоров Сергей Сергеевич, директор ООО «Винолюкс»

(Ф.И.О., ученое звание и степень, должность, место работы)

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

(БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ)

| №  п/п | Показатели | Степень соответствия | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 5 | 4 | 3 | 2 | \* |
| 1. | Актуальность тематики работы | + |  |  |  |  |
| 2. | Степень полноты обзора состояния вопроса и корректность постановки задачи |  | + |  |  |  |
| 3. | Уровень и корректность использования в работе методов исследований, математического моделирования, расчетов | + |  |  |  |  |
| 4. | Степень комплексности работы, применение в ней знаний естественно­научных, социально-экономических, общепрофессиональных и специальных дисциплин | + |  |  |  |  |
| 5. | Ясность, четкость, последовательность и обоснованность изложения |  | + |  |  |  |
| 6. | Применение современного математического и программного обеспечения, компьютерных технологий в работе |  | + |  |  |  |
| 7. | Качество оформления работы (общий уровень грамотности, стиль изложения, качество иллюстраций, соответствие требованиям стандартов) | + |  |  |  |  |
| 8. | Объем и качество выполнения графического материала, его соответствие теме работы и стандартам |  | + |  |  |  |
| 9. | Оригинальность и новизна полученных результатов, научных и технологических решений | + |  |  |  |  |

\* не оценивается (трудно оценить)

Отмеченные достоинства

Отмеченные недостатки

Заключение (с указанием рекомендуемой оценки)

Рецензент « » 201\_\_\_г.

(подпись)

**АННОТАЦИЯ**

**(образец оформления)**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**

**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»**

**ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**АННОТАЦИЯ**

**выпускной квалификационной работы**

Ивановой Натальи Николаевны

на тему: Организация и совершенствование торговой деятельности в сфере услуг

(на примере предприятия ИП Иванова Н.Н)

Выпускная квалификационная работа на тему «Организация и совершенствование торговой деятельности в сфере услуг (на примере предприятия ИП Иванова Н.Н). Актуальность темы обуславливается тем, что наше современное общество невозможно представить без услуг и как следствие без сферы услуг, которая является одной из фундаментальных социума. Рынок услуг представляет собой сложную систему, главной задачей которого является удовлетворение потребностей населения в услугах. Ежедневно мы потребляем услуги, а иногда и не зная того сами, что оказываем их другим людям. Производство и потребление услуг, предоставление услуг друг другу – это то, что отличает нас от наших первобытных предков, у которых не существовало понятие услуг в целом. Наша цивилизация в процессе своего преобразования определила сфере услуг особую нишу, без которой цивилизованное общество уже не может обойтись.

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе является коммерческая деятельность предприятия Иванова Н.Н

Предметом – анализ и совершенствование коммерческой деятельности предприятия в сфере услуг.

Целью выпускной квалификационной работы является – исследование и совершенствование коммерческой деятельности предприятия в сфере услуг ИП Тунева М.В.

В первом разделе выпускной квалификационной работы раскрыт теоретический анализ организации коммерческой деятельности предприятий в сфере услуг.

Во втором разделе проведен анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия ИП Иванова Н.Н, которая занимается предоставлением услуг.

В третьем разделе разработаны рекомендации по совершенствованию организации предприятия в сфере услуг.

В ходе анализ и оценки коммерческой деятельности в ИП Иванова Н.Н были выявлены проблемы, исправление которых поможет повысить эффективность работы предприятия.

Объем выпускной квалификационной работы составляет 77 страниц. Иллюстративный материал включает 13 рисунков, 21 таблицы. Список использованных источников представлен 27 наименованиями.

Автор ВКР / Иванова Н.Н./

(подпись) (ФИО)

**THE MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF THE RUSSIAN FEDERATION  
FEDERAL STATE BUDGETARY EDUCATIONAL INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION  
"RUSSIAN ECONOMIC UNIVERSITY G. V. PLEKHANOV"  
PERM INSTITUTE (BRANCH)**  
  
**ABSTRACT**

**final qualifying work**  
Ivanova Natalia Nikolaevna   
  
on the topic of: Organization and improvement of trade activities in the services sector

(for example, the company SP Ivanova N.N.).

Final qualification work on topic "Organization and improvement of trade activities in the services sector (for example, the company SP Ivanova N.N.). The theme urgency is caused by the fact that our modern society is impossible without the services and as a result without the services, which is one of the fundamental society. The services market is a complex system, whose main task is satisfaction of needs of population in services. Every day we consume services, and sometimes not knowing themselves that they were delivering to others. The production and consumption of services, the provision of services to each other – is what distinguishes us from our primitive ancestors, which did not exist the concept of service in General. Our civilization is in the process of transformation has identified the services sector particular niche, without which civilized society cannot do.

The object of study in the final qualifying work is the business of an enterprise SP Ivanova N.N

Subject – analysis and improvement of commercial activities of enterprises in the service sector.

The objective of this work is the study and improvement business in the service industry Yip Ivanova N.N

In the first section of qualifying work revealed a theoretical analysis of organization of business enterprises in the service sector.

In the second section the analysis and evaluation of the effectiveness of the commercial activities of the enterprise PI Tuneva M. V., which is engaged in the provision of services.

In the third section, recommendations for improving the organization of enterprises in the service sector.

During the analysis and evaluation of commercial activities in SP Ivanova N.N. problems have been identified, the correction of which will help to increase the efficiency of the enterprise.  
The volume of the qualification work is 77 pages. Illustrative material includes 13 drawings, 21 tables. The list of references consists of 27 items.

Author WRC\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/Ivanova N.N./   
 (signature) (name)