

МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра «Маркетинг и менеджмент»

ДИПЛОМНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

*Методические рекомендации для студентов
специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг»
очной и заочной форм обучения*



Могилев 2023

УДК 339.138:004
ББК 65.291.3
Д46

Рекомендовано к изданию
учебно-методическим отделом
Белорусско-Российского университета

Одобрено кафедрой «Маркетинг и менеджмент» «27» января 2023 г.,
протокол № 9

Составители: канд. экон. наук, доц. А. В. Александров;
ст. преподаватель Е. И. Викторова

Рецензент канд. физ.-мат. наук, доц. И. И. Маковецкий

Методические рекомендации содержат требования к содержанию, правила оформления, порядок выполнения и защиты дипломной работы студентами специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» очной и заочной форм обучения.

Учебно-методическое издание

ДИПЛОМНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Ответственный за выпуск	А. В. Александров
Корректор	И. В. Голубцова
Компьютерная верстка	Е. В. Ковалевская

Подписано в печать . Формат 60 × 84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.
Печать трафаретная. Усл. печ. л. . Уч.-изд. л. . Тираж 56 экз. Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:
Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования
«Белорусско-Российский университет».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/156 от 07.03.2019.
Пр-т Мира, 43, 212022, г. Могилев.

© Белорусско-Российский
университет, 2023

Содержание

1	Общие требования к дипломной работе	4
2	Выбор темы дипломной работы	5
3	Требования к содержанию дипломной работы.....	6
4	Порядок выполнения дипломной работы.....	13
5	Защита дипломной работы.....	15
6	Критерии оценки дипломной работы	17
7	Правила оформления дипломной работы.....	19
7.1	Общие требования к оформлению	19
7.2	Нумерация и обозначения	21
7.3	Перечисления.....	22
7.4	Таблицы.....	23
7.5	Графический материал	27
7.6	Формулы	27
7.7	Ссылки.....	28
7.8	Примечания.....	29
7.9	Сноски	30
7.10	Примеры.....	30
7.11	Числовые значения	31
7.12	Список использованных источников	32
7.13	Приложения	32
7.14	Примеры оформления.....	32
	Список литературы	33
	Приложение А. Бланк письма-заявки от организации на выполнение дипломной работы.....	34
	Приложение Б. Бланк заявления на закрепление темы и назначение руководителя дипломной работы	35
	Приложение В. Пример реферата дипломной работы	36
	Приложение Г. Пример оглавления дипломной работы.....	37
	Приложение Д. Бланк справки о принятии к внедрению результатов дипломной работы.....	38
	Приложение Е. Бланк акта внедрения результатов дипломного проектирования.....	39
	Приложение Ж. Требования к презентации дипломной работы.....	41
	Приложение И. Пример оформления типичных элементов в тексте работы	42
	Приложение К. Пример оформления использованных источников	45
	Приложение Л. Пример списка использованных источников	47

1 Общие требования к дипломной работе

Дипломное проектирование является заключительным этапом обучения в университете. Дипломная работа является квалификационной работой обучающегося, по уровню выполнения и результатам защиты которой государственная экзаменационная комиссия делает заключение о возможности присвоения выпускнику квалификации «маркетолог-программист» по специальности «Электронный маркетинг».

Основные задачи дипломного проектирования:

- закрепление и углубление теоретических знаний и практических навыков в области электронного маркетинга и программирования, применение их для решения конкретных задач;
- формирование навыков ведения самостоятельной исследовательской работы и овладение методикой проведения научного исследования и эксперимента;
- приобретение навыков обобщения и анализа результатов, полученных другими разработчиками или исследователями;
- выяснение подготовленности обучающегося к самостоятельной работе по получаемой специальности.

Дипломная работа должна в краткой и четкой форме раскрывать творческий замысел автора, содержать обзор литературных источников по теме, описание используемых методов и (или) методик, собственных теоретических и (или) эмпирических исследований, результаты расчетов, их анализ и выводы, экономическое обоснование принятых решений, определение экономической эффективности внедрения полученных результатов.

В процессе дипломного проектирования обучающийся должен продемонстрировать глубокие теоретические знания по теме работы, способность обобщать теоретический и практический материал, навыки выполнения маркетингового анализа, разработки инструментов комплекса маркетинга (в том числе электронного) и программирования.

Дипломная работа предполагает изучение нормативно-правовых актов Республики Беларусь, нормативных и методических материалов по электронному маркетингу, отечественной и зарубежной литературы (учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий, в том числе на иностранных языках), данных социологических и маркетинговых исследований, статистической и иной аналогичной информации, в том числе размещенной в сети Интернет на официальных сайтах различных организаций и учреждений. Обязательным является использование плановых и (или) отчетных данных о деятельности организации, в которой была пройдена преддипломная практика.

Вся эта информация должна быть систематизирована, обобщена в виде таблиц, схем, диаграмм, графиков и объективно отражать состояние изучаемой проблемы. Допускается проведение собственного маркетингового исследования в соответствии с предметом дипломной работы.

Общими требованиями к дипломной работе являются:

- целевая направленность;
- четкость и логическая последовательность изложения материала;
- глубина исследования;
- полнота освещения вопросов;
- убедительность аргументации;
- краткость и ясность формулировок;
- конкретность изложения результатов работы;
- доказательность выводов и обоснованность рекомендаций.

За выполнение дипломной работы и принятые в ней решения, достоверность всех исходных данных и сделанные выводы **несет ответственность обучающийся – автор дипломной работы.**

Дипломная работа должна:

- быть выполнена с помощью компьютерных средств в соответствии с установленными требованиями к ее оформлению (см. раздел 7);
- быть напечатана на белой бумаге формата А4 на одной стороне каждого листа (кроме задания, которое печатается на одном листе с двух сторон);
- иметь объем в пределах **70–100 страниц (без учета приложений).**

Дипломная работа в обязательном порядке подвергается проверке на предмет правильности ее оформления (**нормоконтролю**).

Готовая работа помещается в стандартную папку для дипломных работ.

2 Выбор темы дипломной работы

Тематика дипломных работ ежегодно определяется кафедрой «Маркетинг и менеджмент» и не позднее чем за шесть месяцев до начала дипломного проектирования доводится до сведения обучающихся посредством размещения на информационном стенде (информационных ресурсах) кафедры.

Обучающимся предоставляется **право выбора темы** дипломной работы с учетом места прохождения преддипломной практики. Целесообразно, чтобы тема дипломной работы являлась продолжением исследований обучающегося, проводимых в процессе написания курсовых и научных работ. Недопустимым является выбор одинаковой темы двумя и более обучающимися, а также выбор схожих тем по одному и тому же объекту исследования.

Обучающийся вправе **предложить свою тему** дипломной работы в соответствии с профилем специальности «Электронный маркетинг». Она должна быть актуальной и соответствовать современному состоянию и перспективам развития маркетинга и информационных технологий. В этом случае обучающийся должен обратиться к заведующему кафедрой с письменным заявлением, в котором обосновывается целесообразность предлагаемой темы. При положительном решении вопроса тема дипломной работы включается в перечень тем кафедры.

Обучающийся может выполнять дипломную работу **по заказу** организации – предполагаемой базы прохождения преддипломной практики. В этом случае на кафедру представляется письмо-заявка организации (приложение А.)

В срок не позднее чем за две недели до начала преддипломной практики обучающийся излагает свой выбор темы в виде письменного заявления на имя заведующего кафедрой с просьбой о закреплении за ним соответствующей темы и назначении руководителя дипломной работы (приложение Б). В случае отсутствия такого заявления обучающемуся назначается тема дипломной работы по решению кафедры.

Предварительные темы дипломных работ закрепляются за обучающимися распоряжением заведующего кафедрой не позднее чем за неделю до начала преддипломной практики.

Предварительная тема дипломной работы может быть скорректирована в процессе прохождения преддипломной практики. В этом случае обучающийся должен не позднее срока окончания практики написать заявление с обоснованием необходимости корректировки темы.

Темы и руководители дипломных работ утверждаются приказом ректора по представлению декана экономического факультета не позднее двух недель после окончания преддипломной практики.

3 Требования к содержанию дипломной работы

Дипломная работа должна включать:

- титульный лист;
- задание;
- реферат;
- оглавление;
- перечень условных обозначений (при необходимости);
- введение;
- основную часть, разбитую на разделы;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

На титульном листе приводятся следующие сведения:

- вышестоящий орган управления университетом;
- наименование университета и кафедры, где выполнена дипломная работа;
- резолюция заведующего кафедрой о допуске дипломной работы к защите;
- тема дипломной работы в полном соответствии с приказом ректора;
- инициалы и фамилии обучающегося-дипломника, руководителя дипломной работы, консультантов по отдельным разделам и лица, осуществляющего нормоконтроль, с соответствующими подписями;
- город и год выполнения работы.

Бланки титульных листов предоставляются обучающимся в централизованном порядке в электронной форме.

Задание на дипломную работу выдается руководителем. В нем отражаются:

- фамилия, имя и отчество обучающегося-дипломника;
- тема дипломной работы;

- срок сдачи обучающимся законченной работы;
- исходные данные к работе;
- перечень подлежащих разработке вопросов (краткое оглавление работы);
- перечень графического материала;
- фамилии и инициалы консультантов по работе с указанием относящихся к ним разделов;
- дата выдачи задания;
- календарный график выполнения дипломной работы с указанием сроков и трудоемкости отдельных этапов.

Задание утверждается заведующим кафедрой, подписывается руководителем и обучающимся с проставлением последним даты принятия к исполнению.

Реферат (объемом не более 1 страницы) должен содержать:

- тему дипломной работы;
- статистические сведения о работе – объем в страницах (без учета приложений); количество рисунков и таблиц (без учета размещенных в приложениях); количество использованных источников; количество приложений с указанием занимаемого ими объема;
- перечень ключевых слов (словосочетаний), который характеризует основное содержание дипломной работы и включает от 5 до 15 слов в именительном падеже, записанных через запятую в строку прописными буквами;
- текст реферата, который должен отражать цель и задачи дипломной работы, объект и предмет исследования, использованные методы анализа (при этом все указанные аспекты должны полностью соответствовать сформулированным во введении), а также в кратком виде излагать полученные результаты и их новизну, область возможного практического применения и степень апробации (указание о наличии собственных научных публикаций, справок об использовании, актов внедрения результатов дипломной работы).

Пример реферата приведен в приложении В.

В **оглавлении** последовательно приводятся заголовки всех структурных элементов дипломной работы (в том числе порядковые номера и заголовки разделов, подразделов, пунктов, а также приложений с указанием их обозначений и заголовков) и номера страниц, на которых размещается начало соответствующих элементов. Пример оглавления приведен в приложении Г.

Если в дипломной работе принята специфическая терминология, а также употребляются малораспространенные сокращения, новые символы, обозначения и т. п., то они должны быть представлены в виде отдельного списка, помещаемого перед введением (**перечень условных обозначений**). Он должен располагаться столбцом, в котором слева в алфавитном порядке приводят сокращение (символ, термин, обозначение и т. п.), а справа – его расшифровку.

Если специальные термины, сокращения, символы, обозначения и т. п. повторяются в дипломной работе менее трех раз, перечень не составляют, а их расшифровку производят в тексте. В этом случае полное название должно быть приведено при первом упоминании с указанием в скобках сокращенного названия или аббревиатуры, а при последующих упоминаниях следует использовать сокращенное название или аббревиатуру.

Во **введении** (рекомендуемый объем – 2–3 страницы) обосновывается выбор темы дипломной работы, определяемый ее актуальностью; формулируется проблема, требующая разрешения; определяется цель работы с ее разделением на взаимосвязанный комплекс задач, подлежащих решению для достижения цели; указываются объект и предмет исследования, а также используемые методы анализа и источники информации.

В дипломной работе, как правило, формулируется одна *цель*. При этом не следует определять ее как «исследование ...», «изучение ...», «анализ ...», т. к. эти слова указывают на процесс достижения цели, а не на саму цель. Цель должна иметь прикладной характер – «разработать ...», «предложить ...», «установить ...», «обосновать ...», «усовершенствовать ...» и т. п.

Задачи дипломной работы – это конкретные действия (этапы), направленные на достижение цели. Их формулировка в дальнейшем определяет содержание основной части дипломной работы (заголовки разделов и подразделов).

Объектом исследования выступает носитель или источник проблемы, решаемой в рамках дипломной работы. Как правило, таковым является организация, по материалам которой выполняется работа.

Предмет исследования – это тот аспект функционирования (состояния) объекта, который имеет отношение к возникновению проблемы. Предмет чаще всего является основой формулировки темы дипломной работы.

Примеры формулировок цели и задач дипломной работы, объекта и предмета исследования приведены в приложении В.

Основная часть дипломной работы состоит из пяти разделов.

Раздел 1 (15–20 страниц) носит теоретико-методологический характер. Здесь на основе изучения работ отечественных и зарубежных авторов излагается социально-экономическая сущность предмета исследования, рассматриваются различные его аспекты (основные теории и концепции соответствующей области маркетинга, цели, задачи, характерные черты, разновидности, преимущества и недостатки присущих ей явлений и процессов и т. п.), описываются применяемые методы и (или) методики анализа.

При этом характер изложения не должен быть сугубо описательным. На основе критического рассмотрения имеющихся точек зрения целесообразно формулировать собственную позицию по тому или иному дискуссионному вопросу.

Изложение материала обязательно сопровождается ссылками на использованные источники, в частности, когда приводятся определения, классификации, описания этапов, методики, рисунки и т. п., разработанные другими авторами, а также числовые данные.

Данный раздел является базой для методологического обоснования дальнейших практических разработок, позволяет выбрать определенную методику проведения маркетингового анализа (исследования) объекта дипломной работы в разделе 2.

Раздел 2 (20–25 страниц) носит аналитический характер. Здесь в соответствии с темой дипломной работы изучается и оценивается состояние объекта исследования, выявляются тенденции и проблемы его развития. Информационной базой для написания данного раздела являются материалы, полученные обучающимся в ходе прохождения преддипломной практики, а также официальные

сайты организации и ее конкурентов, статистические сборники и базы данных, собственные исследования обучающегося (изучение ассортимента, цен, рекламных материалов и мероприятий, потребителей, интернет-ресурсов и т. п.).

Анализ информации обязательно сопровождается формированием таблиц и построением диаграмм (графиков). При этом обучающийся не ограничивается констатацией фактов, а вскрывает недостатки и причины, их обусловившие.

В данном разделе наряду с общеэкономическими методами анализа информации (анализ динамики, структуры, сравнительный анализ) должны использоваться специальные маркетинговые и (или) экономико-математические (статистические) методики, такие как:

- SWOT-анализ;
- STEP/PEST-анализ;
- матрица БКГ;
- матрица General Electric;
- анализ пяти конкурентных сил Портера;
- SPACE-анализ;
- карта позиционирования;
- Empathy Map;
- Customer Journey Map;
- модели продаж (SPIN, BANT, PPVVC, воронка продаж и т. п.);
- RFM-анализ;
- ABC-анализ;
- XYZ-анализ;
- анализ сезонных колебаний;
- оценка конкурентоспособности;
- прогнозирование (на основе средних темпов роста, коэффициента эластичности; с помощью функции тренда, регрессионной модели; методом коллективных экспертных оценок);
- детерминированный факторный анализ;
- оптимизация с помощью моделей линейного программирования;
- проверка статистических гипотез и др.

При этом следует применять те методы и методики, которые соответствуют теме дипломной работы, а не просто из принципа «анализ ради анализа».

Раздел 2, как правило, включает следующие подразделы.

Подраздел 2.1 «Общая характеристика организации, ее рынков сбыта и конкурентов в отрасли» (5–7 страниц).

Здесь необходимо привести краткое описание организации – объекта исследования (история функционирования, виды осуществляемой деятельности, организационная структура управления), а также дать оценку результатов ее деятельности и финансового положения за 2–3 последних года (объемы производства и реализации, численность работников, средняя заработная плата, себестоимость, прибыль, рентабельность, финансовые коэффициенты и т. п.). При этом анализ стоимостных показателей осуществляется в сопоставимых ценах.

Затем описываются отрасль и тенденции ее развития, положение на рынке исследуемой организации, характеризуются целевые рынки и проводится сегментация потребителей, описываются основные конкуренты и тактика

конкурентной борьбы.

Подраздел 2.2 «Анализ маркетинговой деятельности организации».

Здесь необходимо дать характеристику системы управления маркетингом в организации (численность соответствующих работников, основные функции, структура, подчиненность и т. п.), проанализировать ее товарную, ценовую, коммуникационную и распределительную политику, описать и оценить эффективность используемых в организации инструментов электронного маркетинга (содержание и функционал корпоративного сайта, поисковое продвижение, веб-аналитика, контекстная и баннерная реклама, работа в социальных сетях и мессенджерах, email-маркетинг и др.).

Подраздел 2.3, заголовок которого формулируется в зависимости от темы дипломной работы (не менее 5 страниц).

Здесь должен быть выполнен анализ состояния предмета исследования в организации с обязательными выводами об имеющихся недостатках. В конце целесообразно обоснованно выбрать три наиболее насущные проблемы предметной области, которые будут решаться в разделах 3 и 4.

Раздел 3 (15–20 страниц) является проектным. Здесь на основании проведенного ранее анализа разрабатываются мероприятия, направленные на устранение выявленных недостатков и совершенствование тех или иных аспектов маркетинговой деятельности организации (в соответствии с темой дипломной работы). Эти разработки носят творческий характер и в дальнейшем выступают основным предметом защиты дипломной работы.

Изложение мероприятий должно включать в себя описание того, что предлагается сделать, а также обоснование, почему это необходимо с точки зрения маркетинга, почему и какой это даст результат.

Разрабатываемые мероприятия целесообразно представлять в виде законченных решений, например:

- стратегия (маркетинга, продвижения и т. п.);
- модель (взаимодействия с клиентами, информационного обмена и т. п.);
- схема или структура предлагаемого процесса, объекта;
- методика (исследования рынка, проведения анализа и т. п.);
- план (маркетинга, рекламной кампании, участия в выставках и т. п.);
- маркетинговый инструмент (рекламное обращение, сценарий рекламного ролика, система скидок, упаковка, бренд, аккаунт в социальной сети и т. п.);
- компьютерная программа;
- положение о функционировании нового подразделения;
- должностная инструкция нового работника и др.

Необходимо стремиться, чтобы все разрабатываемые мероприятия были максимально взаимодополняющими, т. е. формировали единый проект.

Рекомендуется следующая структура данного раздела.

Подраздел 3.1, посвященный традиционному маркетингу или организационным мероприятиям.

Подраздел 3.2, посвященный электронному маркетингу.

Подраздел 3.3, посвященный описанию информационной системы, решающей конкретную маркетинговую задачу (веб-сайт, интернет-магазин, парсер цен конкурентов, модуль анализа поведения потребителей, мобильное приложение

и т. п.). При этом изложение осуществляется с маркетинговой точки зрения и, помимо прочего, включает описание действий пользователя системы, иллюстрируемое соответствующими скриншотами. Вопросы технической разработки предлагаемой информационной системы рассматриваются в разделе 4.

Подраздел 3.4 «Экономическое обоснование разработанных мероприятий». Здесь следует определить необходимые для реализации предлагаемых мероприятий затраты, показать, как мероприятия отразятся на общих показателях деятельности организации, а также оценить, по возможности, эффективность их внедрения. Допускается не выделять данный подраздел в качестве отдельной структурной части дипломной работы, соответствующая информация может излагаться в подразделах 3.1–3.3.

Содержащиеся в дипломной работе рекомендации, носящие прикладной характер, целесообразно подтвердить справкой о принятии к внедрению результатов дипломной работы¹ (приложение Д) или актом внедрения результатов дипломного проектирования² (приложение Е). Такая справка (акт) оформляется как приложение к дипломной работе.

Раздел 4 (8–15 страниц) является информационным. Здесь разрабатывается ИТ-продукт (информационная система), который позволит реализовать мероприятие, описанное в подразделе 3.3 дипломной работы. Содержанием данного раздела может выступать:

- разработка сайта;
- управление содержимым корпоративного сайта;
- автоматизация процесса учета товаров в электронном магазине;
- информационная онлайн-система поддержки процесса покупок и продаж;
- автоматизация процесса анализа конкурентоспособности;
- документооборот в маркетинге и автоматизация учета клиентов;
- программная поддержка маркетинговой деятельности (анализа и оптимизации ассортимента, рекламной деятельности и оценки ее эффективности, установления цен, анализа продаж и т. п.);
- автоматизация рабочего места специалиста (маркетолога, менеджера по продажам и т. п.);
- информационная поддержка маркетинговой деятельности на основе веб-технологий;
- система управления маркетинговой деятельности;
- управление взаимодействием с клиентами и разработка автоматизированной подсистемы технической поддержки и др.

Рекомендуется следующая структура данного раздела (в зависимости от вида разрабатываемого ИТ-продукта заголовки могут корректироваться).

Подраздел 4.1 «Описание предметной области и основных процессов».

Здесь по сути формулируется техническое задание на разработку ИТ-продукта, а именно отражаются сведения об основных объектах, элементах, явлениях, отношениях и процессах, описывающих различные аспекты выбранной предметной области, которые должны быть реализованы в разрабатываемом

¹ Подтверждает возможность использования результатов дипломной работы в будущем.

² Подтверждает фактическое использование результатов дипломной работы.

программном продукте, идентифицируются пользователи системы, их права и режим работы. Эта информация в дальнейшем будет определять структуру информационной системы и ее функционал.

Подраздел 4.2 «Модель информационной системы».

Здесь приводится описание и построение с использованием CASE-средств моделей разрабатываемой информационной системы (концептуальной, логической, физической и т. п. в зависимости от вида ИТ-продукта) или отдельных ее фрагментов, показывается переход между моделями разных уровней.

Подраздел 4.3 «Алгоритмы основных программных модулей».

Здесь приводятся описание и блок-схемы отдельных алгоритмов разрабатываемого программного обеспечения.

Подраздел 4.4 «Программная реализация информационно-аналитической системы».

Здесь обосновывается выбор программной среды разработки ИТ-продукта, приводятся примеры входных и выходных форм, сценарий взаимодействия пользователя с программой. В обязательном порядке в приложении к дипломной работе приводится листинг программного кода.

Для консультаций обучающихся по написанию раздела 4 назначается преподаватель, обладающий соответствующими знаниями в области информационных технологий. Консультант, наряду с содержанием раздела, проверяет работоспособность созданного ИТ-продукта (программного обеспечения).

В *разделе 5 «Охрана труда»* (2–3 страницы) отражаются вопросы охраны труда на исследуемом объекте. Консультантом по данному разделу назначается преподаватель кафедры «Техносферная безопасность и производственный дизайн». Раздел выполняется в соответствии с методическими рекомендациями, разработанными указанной кафедрой.

В **заключении** (2–5 страниц) последовательно излагаются основные теоретические и практические результаты исследования, а также выводы и предложения, сделанные на их основе. Они должны быть краткими и четкими, дающими полное представление о содержании, значимости, обоснованности и эффективности разработок. Крайне важно проследить, чтобы сформулированная во введении цель была достигнута, а поставленные задачи решены.

Следует помнить, что здесь не даются ни новые теоретические положения, ни новые фактические данные, о которых не было речи в основной части. Заключение обычно содержит лишь выводы автора и может также указывать на дальнейшее развитие исследуемого объекта.

При наличии у обучающегося научных публикаций по теме дипломной работы, а также актов, справок об использовании (внедрении) полученных результатов на них даются ссылки после соответствующих положений заключения.

Список использованных источников содержит перечень источников информации (в том числе научных публикаций обучающегося), использованных при выполнении дипломной работы, с обязательной ссылкой на каждый из них в тексте работы. Количество источников, кроме собственных, должно быть *не менее 25*, из них не менее 15 должны иметь научный характер (учебники,

учебные пособия, монографии, статьи в научных журналах и т. п.). Не допускается использование недостоверных источников информации (например, сайтов с рефератами, курсовыми и дипломными работами).

Все источники должны быть доступными для общего пользования, поэтому не следует включать в данный список плановые, отчетные и другие материалы о деятельности организации – объекта дипломной работы (бизнес-планы, статистическую и оперативную отчетность, положения, инструкции и т. п.). Указанные материалы оформляются как приложения к дипломной работе.

Приложения содержат вспомогательный материал, необходимый для полноты восприятия дипломной работы:

- формы отчетности и другие документы организации, содержащие исходные данные для написания дипломной работы;
- использованные формы регистрации информации при проведении маркетингового исследования (в случае его проведения) – бланк анкеты, форма записи результатов наблюдений и т. п.;
- первичные данные в необработанной или систематизированной форме, полученные в ходе маркетингового исследования (в случае его проведения), – заполненные анкеты, бланки наблюдений и т. п. или сводная таблица результатов опроса (наблюдения) в закодированном виде;
- промежуточные математические доказательства, формулы и расчеты (при необходимости);
- таблицы вспомогательных цифровых данных либо большого формата (при необходимости);
- иллюстрации вспомогательного характера, в том числе скриншоты фрагментов интернет-страниц (при необходимости);
- диаграммы, графические модели, блок-схемы и т. п., иллюстрирующие разработанную в разделе 4 информационно-аналитическую систему;
- листинг программного кода разработанной в разделе 4 информационно-аналитической системы;
- документы, подтверждающие научное или практическое применение результатов исследования, или рекомендации по их использованию (при наличии);
- распечатанные слайды электронной презентации дипломной работы.

4 Порядок выполнения дипломной работы

Дипломная работа выполняется обучающимся в течение периода времени, отведенного для этого учебным планом специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг». Как правило, к этому периоду добавляется время прохождения преддипломной практики, в течение которого обучающийся собирает практический материал для написания дипломной работы и анализирует его.

Выполнение дипломных работ осуществляется обучающимися самостоятельно под руководством ведущих преподавателей кафедры. По отдельным разделам могут назначаться консультанты, в том числе преподаватели других кафедр университета.

Руководители и консультанты назначаются приказом ректора одновременно с темами дипломных работ.

Руководитель дипломной работы:

- составляет и выдает обучающемуся задание на дипломную работу;
- оказывает обучающемуся помощь в разработке плана дипломной работы;
- рекомендует обучающемуся необходимую основную литературу, справочные материалы и другие источники по теме дипломной работы;
- проводит в соответствии с графиком систематические консультации обучающегося, контролирует расчетные и экспериментальные результаты;
- контролирует ход выполнения дипломной работы вплоть до ее защиты;
- проверяет дипломную работу и ставит свою подпись на титульном листе;
- составляет отзыв на дипломную работу.

Как правило, руководителем дипломной работы обучающегося становится руководитель его преддипломной практики. Поэтому уже в начале ее прохождения обучающемуся целесообразно составить и согласовать с руководителем предварительный план дипломной работы, чтобы лучше понимать, какая практическая информация ему понадобится.

В обязанности **консультанта по разделу дипломной работы** входит:

- помощь обучающемуся в подборе необходимой литературы, справочных материалов и других источников по консультируемому разделу;
- проведение в соответствии с графиком систематических консультаций обучающегося, контроль расчетных и экспериментальных результатов по консультируемому разделу;
- контроль хода выполнения работы по консультируемому разделу;
- проверка консультируемого раздела и проставление своей подписи на титульном листе дипломной работы.

Обучающийся обязан:

- выполнять календарный график работы над дипломной работой;
- выполнять работу над разделами, регулярно представляя результаты руководителю и консультантам в соответствии с календарным графиком;
- в установленный срок представить руководителю законченную дипломную работу;
- в установленное время явиться на защиту дипломной работы с подготовленным докладом, рецензией, отзывом, демонстрационными материалами.

В процессе дипломного проектирования кафедры (посредством обсуждения на своих заседаниях) осуществляет периодический **контроль выполнения обучающимися календарного графика** подготовки дипломных работ. Оценка готовности последних осуществляется руководителями по состоянию на установленные даты в процентах от общего объема дипломной работы. При наличии существенного отставания от графика в деканат факультета для принятия соответствующих мер представляется выписка из протокола заседания кафедры.

Законченная дипломная работа, подписанная на титульном листе обучающимся и консультантами, представляется руководителю, который составляет на нее **отзыв**. Срок подготовки отзыва – до трех рабочих дней.

После этого обучающийся представляет дипломную работу для контроля

правильности ее оформления лицу, ответственному за **нормоконтроль** (назначается приказом ректора одновременно с темами дипломных работ). В целях сокращения времени его осуществления в отношении законченной дипломной работы обучающимся настоятельно рекомендуется представлять материалы для прохождения нормоконтроля **в течение всего периода дипломного проектирования**, по мере готовности отдельных разделов. График проведения нормоконтроля вывешивается на информационном стенде кафедры.

Соответствие оформления дипломной работы установленным требованиям фиксируется подписью нормоконтроллера на ее титульном листе.

Готовая дипломная работа (помещенная в специальную папку, со всеми подписями на титульном листе) и отзыв руководителя **не позднее чем за две недели до защиты** представляются заведующему кафедрой, который решает вопрос о возможности допуска обучающегося к защите дипломной работы.

Для решения этого вопроса на кафедре может создаваться рабочая комиссия, которая определяет соответствие работы заданию и требуемому объему выполнения. Рабочая комиссия может заслушивать руководителя дипломной работы и обучающегося.

Допуск обучающегося к защите фиксируется подписью заведующего кафедрой на титульном листе дипломной работы.

Если заведующий кафедрой или рабочая комиссия установили несоответствие работы заданию и требуемому объему выполнения, вопрос о допуске обучающегося к защите рассматривается на заседании кафедры с участием руководителя дипломной работы. При отрицательном заключении кафедры протокол заседания представляется через декана факультета на утверждение ректору, после чего обучающийся информируется о том, что он не допускается к защите дипломной работы.

Дипломная работа, допущенная кафедрой к защите, **направляется заведующим кафедрой на рецензию** высококвалифицированным работникам из числа профессорско-преподавательского состава других кафедр, специалистов организаций и учреждений реального сектора экономики и социальной сферы, сотрудников научных учреждений, педагогического состава других учреждений высшего образования.

На подготовку рецензии отводится до пяти рабочих дней. Рецензент имеет право затребовать у обучающегося – автора дипломной работы дополнительные материалы, касающиеся существа проделанной работы.

Обучающийся должен быть ознакомлен с рецензией не менее чем за сутки до защиты дипломной работы в государственной экзаменационной комиссии.

5 Защита дипломной работы

При защите дипломной работы обучающийся представляет в государственную экзаменационную комиссию (ГЭК):

- дипломную работу;
- отзыв руководителя дипломной работы;

- рецензию на дипломную работу;
- графический материал (в распечатанном виде и в виде электронной презентации), характеризующий основные положения дипломной работы.

В ГЭК могут представляться и другие материалы, характеризующие научную и практическую значимость выполненной дипломной работы (дипломы, грамоты и т. п.), копии публикаций обучающегося, характеристика его участия в научной, организационной, общественной и других видах работ, не предусмотренных учебным планом. Отсутствие таких материалов не является основанием снижения оценки, выставляемой по итогам защиты дипломной работы.

Защита дипломной работы проводится на открытом заседании ГЭК. Состав комиссии утверждается приказом ректора университета. На заседании, кроме членов ГЭК, могут присутствовать руководители дипломных работ, консультанты, преподаватели кафедры, представители организаций, учреждений, обучающиеся и любые желающие.

На защиту одной дипломной работы отводится не более 30 минут.

Процедура защиты устанавливается председателем ГЭК и включает:

- доклад обучающегося (10–15 минут) о результатах дипломной работы с использованием электронной презентации (требования к содержанию презентации представлены в приложении Ж).

В докладе необходимо отразить:

- а) актуальность темы, цель, задачи, объект и предмет исследования;
 - б) теоретические и методологические положения, на которых базируется дипломная работа;
 - в) результаты проведенного анализа по изучаемой проблеме;
 - г) конкретные предложения по решению проблемы или совершенствованию процессов с обоснованием возможности их реализации в условиях конкретной организации;
 - д) экономический, социальный эффекты от внедрения разработанных предложений;
- вопросы членов комиссии и ответы обучающегося;
 - чтение отзыва руководителя и рецензии (при имеющихся замечаниях обучающийся должен ответить на них).

Кроме того, могут быть предусмотрены выступления руководителя дипломной работы и рецензента, если они присутствуют на заседании ГЭК.

Защита заканчивается предоставлением обучающемуся заключительного слова, в котором он вправе высказать свое мнение по замечаниям и рекомендациям, сделанным в процессе обсуждения его дипломной работы.

После окончания защиты дипломных работ ГЭК продолжает свою работу на **закрытом заседании**, на которой с согласия председателя комиссии могут присутствовать руководители и рецензенты дипломных работ. В ходе закрытого заседания члены ГЭК:

- оценивают результаты защиты дипломных работ;
- решают вопрос о присвоении выпускникам квалификации «маркетолог-программист»;
- решают вопрос о выдаче выпускникам дипломов о высшем образовании с отличием.

Результаты работы ГЭК оглашаются в тот же день после оформления соответствующих протоколов.

Обучающиеся, не допущенные к защите или не защитившие дипломную работу, отчисляются из университета. Им выдается академическая справка установленного образца. Повторная защита дипломной работы проводится в соответствии с графиком работы ГЭК последующих учебных лет.

6 Критерии оценки дипломной работы

При оценивании дипломной работы принимается во внимание:

- *качество представленных материалов* (новизна работы и оригинальность представленных решений; использование современных методов и методик анализа; степень полноты анализа проблемы, подходов к ее решению; практическая ценность работы; уровень использования информационных технологий);
- *качество доклада обучающегося;*
- *полнота и грамотность ответов обучающегося на вопросы членов ГЭК;*
- *отзыв руководителя;*
- *рекомендация рецензента по оценке дипломной работы.*

Оценка «десять» (10) выставляется, если:

- проблемы дипломной работы проанализированы на высоком теоретическом уровне, с использованием периодических научных изданий, в том числе источников на иностранном языке; использованы современные методики и методы анализа при безупречном владении инструментарием; выводы многовариантны и обоснованы, содержат оригинальные и перспективные идеи; продемонстрирована выраженная способность творчески и нестандартно решать сложные проблемы; все разделы дипломной работы последовательно увязаны, материал изложен логично;
- обучающимся сделан полный и взаимоувязанный доклад, показаны глубокие и полные знания по всем разделам дипломной работы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы; даны стилистически грамотные, логически правильные ответы на вопросы членов ГЭК с абсолютно точным использованием научной терминологии;
- дипломная работа имеет практическую значимость (имеется справка о принятии к внедрению или акт внедрения ее результатов в деятельность организации либо результаты апробированы на научных конференциях) или выполнена по заявке организации.

Оценка «девять» (9):

- проблемы дипломной работы проанализированы на высоком теоретическом уровне, с использованием периодических научных изданий; использованы современные методики и методы анализа при отличном владении инструментарием; выводы обоснованы, содержат оригинальные и перспективные идеи; продемонстрирована способность творчески и нестандартно решать сложные проблемы; все разделы дипломной работы последовательно увязаны, материал изложен логично;

– обучающимся сделан полный и взаимоувязанный доклад, показаны глубокие и полные знания по всем разделам дипломной работы; даны стилистически грамотные, логически правильные ответы на вопросы членов ГЭК с точным использованием научной терминологии.

Оценка «восемь» (8):

– проблемы дипломной работы проанализированы на высоком теоретическом уровне; использованы современные методики и методы анализа при хорошем владении инструментарием; выводы обоснованы, содержат перспективные идеи; продемонстрирована способность решать сложные проблемы; все разделы дипломной работы последовательно увязаны, материал изложен логично;

– обучающимся сделан полный и взаимоувязанный доклад, показаны глубокие и полные знания по всем разделам дипломной работы; даны стилистически грамотные, логически правильные ответы на вопросы членов ГЭК с использованием научной терминологии.

Оценка «семь» (7):

– проблемы дипломной работы проанализированы на хорошем теоретическом уровне; использованы типовые методики и методы анализа при хорошем владении инструментарием; выводы обоснованы, содержат перспективные идеи; продемонстрирована способность применять типовые решения проблемы; все разделы дипломной работы увязаны, материал изложен логично;

– обучающимся сделан полный и взаимоувязанный доклад, показаны полные знания по всем разделам дипломной работы; даны стилистически грамотные, логически правильные ответы на большинство вопросов членов ГЭК с использованием научной терминологии.

Оценка «шесть» (6):

– проблемы дипломной работы проанализированы на хорошем теоретическом уровне; использованы типовые методики и методы анализа при достаточно хорошем владении инструментарием; выводы обоснованы; продемонстрирована способность применять типовые решения проблемы; все разделы дипломной работы изложены логично;

– обучающимся сделан достаточно полный доклад, показаны знания по всем разделам дипломной работы; даны стилистически грамотные, логически правильные ответы на многие вопросы членов ГЭК с использованием научной терминологии.

Оценка «пять» (5):

– проблемы дипломной работы проанализированы на достаточном теоретическом уровне; использованы типовые методики и методы анализа при достаточном владении инструментарием; сделаны достаточные выводы; продемонстрирована достаточная способность применять типовые решения проблемы; все разделы дипломной работы изложены достаточно логично;

– обучающимся сделан достаточный доклад, показаны определенные знания по разделам дипломной работы; даны правильные ответы на некоторые вопросы членов ГЭК с использованием научной терминологии.

Оценка «четыре» (4):

– проблемы дипломной работы проанализированы фрагментарно; использованы типовые методики и методы анализа при поверхностном владении инструментарием; сделаны выводы с незначительными ошибками; продемонстрирована слабая (теоретическая) способность применять типовые решения проблемы; материал изложен достаточно логично;

– обучающимся сделан доклад, показаны некоторые знания по разделам дипломной работы; даны ответы на отдельные вопросы членов ГЭК с использованием научной терминологии без существенных ошибок.

Оценка «три» (3):

– проблемы дипломной работы не проанализированы в достаточной степени; продемонстрированы слабое владение методологическим инструментарием и некомпетентность в решении стандартных (типовых) задач; материал изложен фрагментарно;

– обучающимся сделан доклад, отражающий частичные сведения о дипломной работе; даны ответы на отдельные вопросы членов ГЭК с существенными лингвистическими и логическими ошибками, в том числе в научной терминологии.

Оценка «два» (2):

– проблемы дипломной работы не проанализированы, анализ не выполнен, материал изложен бессистемно;

– обучающимся сделан фрагментарный доклад; даны ответы на вопросы членов ГЭК с грубыми стилистическими и логическими ошибками при неумении использовать научную терминологию.

Оценка «один» (1):

– проблемы дипломной работы не проанализированы, анализ не выполнен, материал изложен бессистемно;

– обучающимся не сделан доклад, не даны ответы на вопросы членов ГЭК.

7 Правила оформления дипломной работы**7.1 Общие требования к оформлению**

7.1.1 Работа может быть выполнена на русском или белорусском языке.

7.1.2 Текст работы необходимо оформлять, соблюдая следующие размеры полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – по 20 мм (при этом рамки чертить не нужно).

7.1.3 Набор текста работы осуществляется в текстовом редакторе, как правило, MS Word, с использованием шрифта Times New Roman размером 14 pt (за исключением случаев, оговоренных далее), межстрочный интервал – одинарный.

7.1.4 Абзацный отступ должен быть одинаков по всему тексту и равен 1,25 см. Текст выравнивается по ширине страницы (за исключением случаев, оговоренных далее).

7.1.5 Опечатки, описки и графические неточности, обнаруженные в процессе оформления работы, следует исправлять закрашиванием корректором и нанесением на том же месте исправленного варианта печатным или рукописным

(черными чернилами) способом. Повреждения листов, помарки, следы не полностью удаленного текста не допускаются.

7.1.6 Заголовки структурных частей работы «Реферат», «Оглавление», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников», «Приложения» следует писать посередине страницы строчными буквами (кроме первой прописной) без точки в конце, не подчеркивая.

7.1.7 Текст основной части работы делят на разделы, подразделы и, при необходимости, пункты и подпункты. При делении текста на пункты и подпункты каждый из них должен содержать законченную информацию.

7.1.8 Разделы и подразделы должны иметь заголовки, пункты – при необходимости. Подпункты, как правило, заголовков не имеют. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание соответствующих частей работы.

7.1.9 Заголовки разделов, подразделов, пунктов следует писать с абзацного отступа с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. При переходе заголовка на следующую строку его продолжение размещается начиная от левого поля страницы. Перенос слов в заголовках не допускается.

7.1.10 Заголовки всех структурных частей работы выделяются полужирным шрифтом.

7.1.11 Расстояние между заголовком (за исключением заголовка пункта) и текстом, между заголовками раздела и подраздела, подраздела и пункта должно составлять одну строку.

7.1.12 Не допускается располагать заголовок и следующий за ним текст (заголовок) на разных страницах. Не следует разрывать заголовок, располагая его на разных страницах.

7.1.13 Каждую структурную часть работы (за исключением подразделов, пунктов и подпунктов) следует начинать с нового листа.

7.1.14 Таблицы, рисунки, формулы, примечания и примеры выделяются из текста одной пустой строкой сверху и одной пустой строкой снизу.

7.1.15 Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на терминах, определениях, важных особенностях, применяя шрифты разной гарнитуры, выделение с помощью рамок, разрядки, подчеркивания и пр.

7.1.16 В работе целесообразно вести повествование от третьего лица.

7.1.17 В работе не допускается применять:

- обороты разговорной речи, техницизмы и профессионализмы;
- произвольные словообразования;
- сокращения слов, кроме общепринятых, установленных правилами орфографии, а также установленных в данной работе.

7.1.18 Общепринятыми сокращениями являются:

- р. – рубль (при наличии числительного);
- т. е. – то есть;
- т. д. – так далее;
- т. п. – тому подобное;
- др. – и другие;

пр. – прочее;

см. – смотри, а также иные, установленные ГОСТ 2.105–95.

7.1.19 В тексте работы, за исключением формул, таблиц и рисунков, не допускается применять:

– математический знак минус (–) перед отрицательными значениями величин (следует писать слово «минус»);

– без числовых значений математические знаки, например, > (больше), < (меньше), = (равно), ≥ (больше или равно), ≤ (меньше или равно), ≠ (не равно), а также знаки № (номер), % (процент) и т. д. В тексте следует писать словами «номер», «процент» и т. д.

7.1.20 Знаки №, §, % при нескольких числах не следует удваивать, их ставят только один раз, до или после ряда чисел.

Пример – № 5, 6, 7; § 8 и 9; от 50 до 60 %.

7.1.21 Не допускается отрывать (располагать в разных строках) аббревиатуру организационно-правовой формы организации от ее названия, число – от единицы измерения, номер года – от слова «год» (буквы «г.»).

7.2 Нумерация и обозначения

7.2.1 Нумерация страниц, разделов, подразделов, пунктов, подпунктов, рисунков, таблиц, формул, примечаний, сносок дается арабскими цифрами без знака №.

7.2.2 Первой страницей работы является титульный лист, который включается в общую нумерацию страниц. На титульном листе номер страницы не ставят, на всех последующих листах номер проставляют внизу по центру без слова страница (стр., с.) и знаков препинания.

7.2.3 Заголовки структурных частей «Реферат», «Оглавление», «Введение», «Заключение» и «Список использованных источников» не нумеруют. Разделы, подразделы, пункты и подпункты следует нумеровать.

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

7.2.5 Подразделы нумеруют в пределах каждого раздела. Номер подраздела включает номер раздела и порядковый номер подраздела, разделенные точкой.

7.2.6 Пункты нумеруются в пределах каждого подраздела. Номер пункта включает номер раздела, подраздела и порядковый номер пункта, разделенные точкой.

7.2.7 Подпункты нумеруются в пределах каждого пункта. Номер подпункта включает номер раздела, подраздела, пункта и порядковый номер подпункта, разделенные точкой.

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

7.2.9 После номера раздела, подраздела, пункта и подпункта точка не ставится.

7.2.10 Таблицы, рисунки, формулы, за исключением расположенных

в приложениях, следует нумеровать сквозной нумерацией в пределах всей работы. Нумерация таблиц, рисунков, формул осуществляется отдельно, независимо друг от друга.

Если в работе одна таблица, один рисунок, одна формула, то они должны быть обозначены соответственно «Таблица 1», «Рисунок 1», «(1)».

Допускается нумеровать таблицы, рисунки, формулы в пределах раздела. В этом случае номер состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, рисунка, формулы, разделенных точкой.

При осуществлении нумерации таблиц, рисунков, формул должен соблюдаться единый подход – все указанные элементы нумеруются либо сквозной нумерацией, либо в пределах раздела.

7.2.11 Примечания и сноски к тексту, таблицам, рисункам, в которых указывают справочные и поясняющие сведения, нумеруют последовательно в пределах одной страницы.

7.2.12 Приложения обозначают прописными буквами, начиная с буквы А. При обозначении из белорусского алфавита исключают буквы Дж, Дз, Ё, З, І, Й, О, Ў, Ч, Ы, Ь; а из русского – буквы Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «Приложение» следует буква, обозначающая последовательность его упоминания в тексте. Если работа содержит больше приложений, чем число букв в алфавите, то приложение, следующее за приложением Я, обозначается арабскими цифрами. Если в работе только одно приложение, то оно обозначается «Приложение А».

7.2.13 При необходимости текст каждого приложения может быть разделен на разделы, подразделы, пункты, подпункты.

В приложениях разделы, подразделы, пункты, подпункты, таблицы, рисунки и формулы нумеруют в пределах каждого приложения. Перед номерами ставится обозначение этого приложения.

Пример – В 1.1; Таблица А.2; Рисунок Б.1; (Г.3).

7.2.14 Приложения должны иметь общую с остальной частью работы сквозную нумерацию страниц. Если какой-либо лист содержит информацию с обеих сторон (например, форма отчетности), он учитывается как одна страница и номер проставляется на лицевой стороне.

7.3 Перечисления

7.3.1 В тексте работы могут быть приведены перечисления. Перед каждой позицией перечисления следует ставить тире (никакие иные маркеры не допускаются) или, при необходимости, ссылки в тексте на одно из перечислений, строчную букву, после которой ставится скобка.

Для дальнейшей детализации перечисления необходимо использовать арабские цифры, после которых ставится скобка.

7.3.2 Каждая позиция перечисления записывается с абзацного отступа со строчной буквы и заканчивается точкой с запятой (после кроме последней, после которой ставится точка).

При наличии детализированных перечислений начало каждой вложенной позиции сдвигается вправо под первую букву текста предыдущего перечисления.

Пример

а) _____
_____;

б) _____:
1) _____;
2) _____
_____.

7.4 Таблицы

7.4.1 Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц (рисунок 1).

Таблица _____ – _____
номер *название таблицы*

<i>Головка</i>				

Боковик (графа для заголовков)
Графы (колонки)

Заголовки граф
Подзаголовки граф
Строки (горизонтальные ряды)

Рисунок 1 – Элементы таблицы

7.4.2 Слово «Таблица» пишут с абзачного отступа. Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Его следует помещать над таблицей, на одной строке с ее номером, после тире и начинать с прописной буквы. В конце заголовка точка не ставится. При переходе заголовка на следующую строку его продолжение размещается начиная от левого поля страницы. Перенос слов в заголовках не допускается.

7.4.3 Размер шрифта заголовка таблицы, а также применяемого внутри таблицы, – 12 pt.

7.4.4 На все таблицы должны быть ссылки в тексте работы; при ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.

7.4.5 Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков точки не ставят. Заголовки и подзаголовки граф указывают в единственном числе.

Заголовки граф, как правило, записывают параллельно строкам таблицы.

При необходимости допускается перпендикулярное их расположение.

7.4.6 Таблицы слева, справа, сверху и снизу ограничивают линиями.

Горизонтальные линии, разграничивающие строки таблицы, допускается не проводить, если их отсутствие не затрудняет пользование ею. Головка таблицы должна быть отделена линией от остальной части таблицы.

Разделять заголовки и подзаголовки боковика и граф диагональными линиями не допускается.

7.4.7 Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают непосредственно после текста, в котором впервые дана на нее ссылка, или на следующей странице, а при необходимости – в приложении.

7.4.8 Таблицы, как правило, следует располагать на странице вертикально.

Помещенные на отдельной странице таблицы могут быть расположены горизонтально таким образом, чтобы их было удобно рассматривать с поворотом работы по часовой стрелке. Номер страницы в этом случае проставляют в установленном порядке.

7.4.9 Если строки или графы таблицы выходят за формат страницы, то таблицу делят на части, помещая одну часть под другой или рядом, при этом в каждой части таблицы повторяют ее головку и боковик.

При делении таблицы на части допускается ее головку или боковик заменять соответственно номерами граф и строк. При этом нумеруют арабскими цифрами все графы и (или) строки первой части таблицы.

Слово «Таблица» указывают один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями с абзацного отступа с прописной буквы пишут слова «Продолжение таблицы» с указанием ее номера (обозначения).

7.4.10 Таблицы с небольшим количеством граф допускается делить на части и помещать одну часть рядом с другой на одной странице, при этом головку таблицы повторяют (рисунок 2).

Таблица ...

Год	Объем производства в сопоставимых ценах, р.	Год	Объем производства в сопоставимых ценах, р.
xxx1	1 998 865	xxx4	2 468 935
xxx2	2 136 470	xxx5	2 845 320
xxx3	2 059 872	xxx6	3 000 584

Рисунок 2 – Пример деления таблицы на части

7.4.11 Графу «Номер по порядку» в таблицу включать не допускается.

При необходимости нумерации показателей, параметров или других данных порядковые номера следует указывать в первой графе (боковике) таблицы, непосредственно перед их наименованием, без точки в конце. Перед числовыми значениями величин и обозначениями типов, марок и т. п. продукции порядковые номера не проставляют.

7.4.12 Нумерация граф таблицы допускается в случаях, если в тексте работы имеются ссылки на них, а также при делении таблицы на части или переносе

части таблицы на следующую страницу (см. п. 7.4.9).

7.4.13 Если все показатели, приведенные в таблице, выражены в одной и той же единице измерения, то ее обозначение (не сокращая) необходимо помещать над таблицей справа, а при делении таблицы на части – над каждой ее частью (рисунок 3).

Таблица ...

Показатель	В рублях		
	xxx1 г.	xxx2 г.	Отклонение
1 Выручка от реализации продукции за вычетом косвенных налогов и платежей, уплачиваемых из выручки	6 560 296	6 548 692	-11 604
2 Себестоимость реализованной продукции	5 765 507	5 823 125	57 618
3 Прибыль от реализации продукции (стр. 1 – стр. 2)	794 789	725 567	-69 222

Рисунок 3 – Пример оформления таблицы с одной единицей измерения показателей

7.4.14 Если в большинстве граф (строк) таблицы приведены показатели, выраженные в одних и тех же единицах измерения, но имеются графы (строки) с показателями, выраженными в других единицах измерения, то над таблицей следует писать наименование преобладающего показателя и обозначение его единицы измерения, а в подзаголовках других граф (строк) приводить наименования показателей и (или) обозначения других единиц измерения (рисунок 4).

Таблица ...

Показатель	Стоимостные показатели в рублях		
	xxx1 г.	xxx2 г.	Темп роста, %
Объем реализации, шт.	1 526	1 893	124,0
Цена единицы изделия	365	371	101,6
Выручка от реализации	556 990	702 303	126,1
<i>Примечание – Цена и выручка рассчитаны за вычетом косвенных налогов и сборов</i>			

Рисунок 4 – Пример оформления таблицы с преобладающей единицей измерения

7.4.15 Для сокращения текста заголовков и подзаголовков отдельные понятия заменяют буквенными обозначениями, если они пояснены в тексте или приведены на иллюстрациях. Сокращения слов (кроме общепринятых) в заголовках и подзаголовках не допускаются.

7.4.16 Обозначение единицы измерения, общей для всех данных в строке (графе), следует указывать после наименования показателя через запятую (см. рисунки 2 и 4). Не допускается обозначение единицы измерения показателя выносить в отдельную графу (строку).

7.4.17 Числовые значения показателей, одинаковые для нескольких строк, допускается указывать один раз для всех строк (рисунок 5).

Таблица ...

Год, для которого рассчитан показатель	Коэффициент текущей ликвидности		Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами	
	Фактическое значение на конец периода	Норма- тивное значение	Фактическое значение на конец периода	Нормативное значение, не более
xxx1	1,85	1,7	0,73	0,85
xxx2	1,60		0,75	
xxx3	2,15		0,85	

Рисунок 5 – Пример указания одинаковых числовых показателей

7.4.18 Ограничительные слова «более», «не более», «менее», «не менее», «всего» и другие должны быть помещены в одной строке или графе с наименованием соответствующего показателя после обозначения его единицы измерения, если они относятся ко всей строке или графе. После наименования показателя перед указанными словами ставится запятая.

Слова «в том числе», «из него (нее, них)» и т. п. записываются в новой строке или графе.

7.4.19 Заменять кавычками или иными символами повторяющиеся в таблице цифры, математические знаки, знаки процента и номера, обозначения марок материалов и типоразмеров продукции не допускается.

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

7.4.21 Если необходимо пояснить отдельные данные, приведенные в таблице, то их следует обозначать надстрочными знаками сноски. Оформление сносок должно соответствовать подразделу 7.9.

Если необходимо пояснение содержания таблицы, его оформляют в виде примечания в соответствии с подразделом 7.8.

Если в таблице имеются сноски и примечания, то в конце таблицы приводят вначале сноски, а затем примечания.

7.4.22 Числовое значение показателя в таблице проставляют на уровне последней строки наименования показателя (см. рисунок 3).

Значение показателя, приведенное в виде текста, записывают на уровне первой строки наименования показателя (рисунок 6).

Таблица ...

Показатель	Проект 1	Проект 2
Инвестиционные затраты, долл.	9 800	10 200
Год получения доходов с момента инвестирования	Третий	Второй

Рисунок 6 – Пример оформления текстовых значений показателя

7.4.23 Цифры в графах таблиц должны проставляться так, чтобы разряды чисел во всей графе были расположены один под другим, если они относятся к одному показателю.

В одной графе должно быть соблюдено, как правило, одинаковое количество десятичных знаков для всех значений величин (см. рисунки 2–5).

7.4.24 При наличии в работе небольшого по объему цифрового материала его целесообразно оформлять таблицей, а следует давать текстом, располагая цифровые данные в виде колонок.

Пример

Динамика объемов производства составила, тыс. шт., по годам:

xxx1 2 365

xxx2 2 896

xxx3 3 103

7.5 Графический материал

7.5.1 Графический материал – рисунки (схемы, диаграммы и т. п.) – помещают в текст работы для его лучшего понимания, а также с целью установления свойств или характеристик объекта. На графический материал должны быть даны ссылки в тексте работы. При ссылке следует писать «рисунок» с указанием его номера.

Графический материал должен располагаться непосредственно после текста, в котором о нем упоминается впервые, или на следующей странице, а при необходимости – в приложении.

7.5.2 Графический материал должен иметь тематическое наименование, которое помещают под ним с абзацного отступа.

Пример

Рисунок 5 – Информационная модель системы

В конце наименования точка не ставится. При переходе названия на следующую строку его продолжение размещается начиная от левого поля страницы. Перенос слов в наименованиях не допускается.

При необходимости под графическим материалом помещают поясняющие данные, а после них – наименование рисунка.

7.5.3 Графический материал, как правило, выполняется на одной странице. Если рисунок не уместится на одной странице, допускается переносить его на другие страницы. При этом тематическое наименование помещают на первой странице, а поясняющие данные – на каждой странице и под ними пишут «Рисунок ..., лист ...».

7.6 Формулы

7.6.1 Формулы (уравнения) следует выделять из текста в отдельную строку.

Выше и ниже каждой формулы оставляется по одной свободной строке.

7.6.2 Формулы записываются по центру строки курсивным начертанием.

7.6.3 Между математическими знаками и буквенными или цифровыми обозначениями в формуле ставится пробел (за исключением случаев использования редактора формул).

7.6.4 Знак умножения в формуле обозначается символом «×».

7.6.5 Если формула не умещается в одну строку, она должна быть перенесена после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (–), умножения (×) и деления (:). При этом повторяют знак в начале следующей строки.

7.6.6 Пояснение значений символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, следует приводить непосредственно под ней в той же последовательности, в какой они даны в формуле (уравнении). Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слов «где» без двоеточия, с абзацного отступа. Обозначения символов выравниваются по первому из них (расположенному после слова «где»). Если пояснение символа переходит на следующую строку, его продолжение размещается начиная от левого поля страницы. Между пояснением последнего символа и последующим текстом строка не пропускается (рисунок 7).

Баланс товарной продукции имеет вид:

$$РП = ГП_{Н} + ТП - ГП_{К}, \quad (1)$$

где $РП$ – реализованная продукция;

$ГП_{Н}$ – остатки готовой продукции на складе на начало периода;

$ГП_{К}$ – остатки готовой продукции на складе на конец периода;

$ТП$ – выпуск продукции (товарная продукция).

Подставляя данные в формулу (1), рассчитаем объем реализованной продукции ...

Рисунок 7 – Пример оформления формулы

7.6.7 Номер формулы записывается на ее уровне в круглых скобках с выравниванием по правому полю страницы (см. рисунок 7).

7.6.8 Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках (см. рисунок 7).

7.6.9 Формулы, следующие одна за другой и не разделенные текстом, отделяют запятой. Строку между ними не пропускают.

7.7 Ссылки

7.7.1 В тексте работы должны приводиться ссылки на источники, материалы или отдельные исследования, результаты которых используются в тексте.

7.7.2 При ссылках на собственный текст указывают номера разделов, подразделов, пунктов, подпунктов, перечислений, графического материала, формул, таблиц, приложений (в том числе их разделы, подразделы, пункты, подпункты, таблицы), а также графы и строки таблиц данного текста и позиции составных частей на рисунке.

При этом следует писать: «в соответствии с разделом 1», «согласно 1.2», «по 3.2.4.1», «в соответствии с рисунком 2», «(рисунок А.1)», «по формуле (8)», «в соответствии с таблицей 2», «в соответствии с приложением Т», «(приложение А)» и т. п.

При ссылках на структурную часть текста, имеющую нумерацию из цифр, не разделенных точкой, следует указывать наименование этой части полностью, например, «в соответствии с разделом 3», а при нумерации из цифр, разделенных точкой, наименование структурной части не указывают, например, «по 4.1», «в соответствии с 2.2».

7.7.3 При использовании материалов и сведений из литературных или иных источников ссылка дается с указанием в квадратных скобках номера использованного источника по списку, номера страницы, а при необходимости – номеров таблиц, графического материала, формул.

Пример – [14, с. 26, таблица 2] (здесь 14 – номер источника по списку, 26 – номер страницы в этом источнике, 2 – номер таблицы на указанной странице, откуда взят цифровой материал).

7.8 Примечания

7.8.1 Примечания приводят в работе, если необходимы поясняющие или справочные данные к содержанию текста, таблиц или графического материала.

7.8.2 Примечания следует помещать непосредственно после текста, графического материала или в таблице, к которым они относятся, печатать с прописной буквы с абзаца.

Примечание к таблице помещают в конце нее над линией, обозначающей окончание таблицы (см. рисунок 4).

7.8.3 Если примечание одно, то после слова «Примечание» ставится тире. Одно примечание не нумеруют.

Пример

Примечание – _____.

7.8.4 Если два и более примечаний сгруппированы вместе, они располагаются под самостоятельным заголовком «Примечания». В этом случае тексту каждого примечания предшествует только арабская цифра в начале его первой строки.

Пример

Примечания

1 _____.
2 _____.

7.8.5 Если один пункт содержит несколько примечаний (после различных абзацев), то их нумеруют арабскими цифрами в пределах страницы.

Пример

Примечание 1 _____
_____.

...

Примечание 2 _____.

7.8.6 Примечания, как правило, даются более мелким шрифтом.

7.9 Сноски

7.9.1 Если необходимо пояснить отдельные данные, приведенные в работе, то их следует обозначать надстрочными знаками сноски.

7.9.2 Сноски в тексте располагают с абзацного отступа в конце страницы, на которой они обозначены, и отделяют от текста короткой тонкой горизонтальной линией с левой стороны, а к табличным данным – в конце таблицы над линией, обозначающей окончание таблицы.

7.9.3 Знак сноски ставят непосредственно после того слова, числа, символа, предложения, к которому дается пояснение, и перед текстом пояснения.

Знак сноски выполняют арабскими цифрами и помещают на уровне верхнего обреза шрифта.

Пример – ... прибыль от внереализационных операций¹ ...

...

¹ Под внереализационными операциями понимается ...

7.9.4 Нумерация сносок отдельная для каждой страницы.

Допускается вместо цифр выполнять сноски звездочками «*». При этом применять более четырех звездочек не следует.

7.9.5 Перенос сносок с одной страницы на следующую не допускается.

7.9.6 Текст сносок, как правило, дается более мелким шрифтом.

7.10 Примеры

7.10.1 Примеры могут быть приведены в тех случаях, когда они поясняют положения работы и способствуют более краткому их изложению.

7.10.2 Примеры размещают, нумеруют и оформляют так же, как и примечания (см. подраздел 7.8).

7.11 Числовые значения

7.11.1 Римские цифры следует применять только для обозначения сорта, категории, класса изделия, кварталов года, полугодия.

7.11.2 Римские цифры, даты, указанные арабскими цифрами, и количественные числительные не должны иметь падежных окончаний.

7.11.3 Единицы физических величин при числовых значениях пишут сокращенно и без точки, единицы счета и денежные единицы измерения – сокращенно и с точкой.

Пример – 13 мм, 50 кг, 8 м², 20 шт., 37 чел., 234 567 р., 3 870 долл.

Единицы измерения и счета без числовых значений следует писать полностью, за исключением формул, таблиц, рисунков.

7.11.4 В тексте работы числовые значения величин с обозначением единиц измерения и счета следует писать цифрами, а числа без обозначения единиц измерения и счета от единицы до девяти – словами.

Пример

1 Численность отдела маркетинга составляет 3 чел.

2 Анализ проводился за последние три года.

3 Предприятие выпускает 15 наименований полуприцепной техники.

7.11.5 Если в тексте работы приведен ряд числовых значений показателя, выраженного одной и той же единицей измерения, то обозначение этой единицы измерения указывают только за последним числовым значением.

7.11.6 Если в тексте работы приводят диапазон числовых значений показателя, выраженных одной и той же единицей измерения, то обозначение этой единицы измерения указывается за последним числовым значением диапазона.

7.11.7 Округление числовых значений величин до первого, второго, третьего и т. д. десятичного знака для показателей одного рода должно быть одинаковым.

7.11.8 Любая группа из трех цифр обозначения величин слева и справа от запятой должна отделяться от других цифр промежутком, за исключением обозначения года.

Пример

1 ... 4 567 445.

2 ... 9 456,345 67.

3 ... 2 009, но год 2009.

7.11.9 Если несколько (более двух) порядковых числительных, обозначенных арабскими цифрами, идут подряд, падежное окончание наращивают только у последнего.

Пример – 8, 10, 13, 15-й секторы.

При двух порядковых числительных, разделенных запятой или соединенных союзом, падежное окончание наращивают у каждого.

Пример – 1-й, 2-й ряды.

7.12 Список использованных источников

7.12.1 Источники следует располагать одним из следующих способов: в порядке появления ссылок в тексте работы или в алфавитном порядке фамилий авторов или заглавий.

7.12.2 Оформление списка использованных источников следует осуществлять в соответствии с ГОСТ 7.1–2003 *Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления*.

7.13 Приложения

7.13.1 Приложения располагаются в порядке появления ссылок на них в тексте работы. Не допускается включение в приложение материалов, на которые отсутствуют ссылки в тексте работы.

7.13.2 Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием сверху посередине страницы полужирным шрифтом слова «Приложение» и его обозначения.

7.13.3 Приложение должно иметь заголовок, который записывается с прописной буквы полужирным шрифтом на отдельной строке по центру.

Пример

Приложение Б (справочное)

Структура затрат на продвижение в xxx1–xxx2 гг.

Исключения составляют самостоятельные документы (формы отчетности, положения, документы о внедрении и т. п.), имеющие собственные заголовки.

7.13.4 В состав приложений также включаются распечатанные слайды электронной презентации результатов работы. Каждый слайд печатается на отдельном листе формата А4 с одной стороны.

Слайды оформляются последним приложением работы.

7.14 Примеры оформления

Пример оформления типичных элементов в тексте работы представлен в приложении И; пример оформления использованных источников – в приложении К; пример списка использованных источников – в приложении Л.

Список литературы

1 **ГОСТ 2.105–95**. Единая система конструкторской документации. Общие требования к тестовым документам. – Введ. 01.01.1997. – Минск: Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации, 1997. – 37 с.

2 Об утверждении Правил проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования: постановление М-ва образования Респ. Беларусь, 29 мая 2012 г., № 53 [Электронный ресурс] // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Минск, 2023. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W21327440&p1=1>. – Дата доступа: 09.02.2023.

3 Рекомендованная структура дипломного проекта для специальности «Электронный маркетинг» [Электронный ресурс] / Белорус. гос. ун-т информатики и радиоэлектроники. – Минск, 2022. – Режим доступа: https://www.bsuir.by/m/12_100229_1_161727.pdf. – Дата доступа: 09.02.2023.

Приложение А (справочное)

Бланк письма-заявки от организации на выполнение дипломной работы

Фирменный бланк организации

Номер и дата регистрации письма

Ректору Белорусско-
Российского университета

(фамилия, инициалы ректора)

Руководство _____

(наименование организации)

просит утвердить обучающемуся специальности «Электронный маркетинг»

(фамилия, имя, отчество обучающегося)

следующую тему дипломной работы: _____

(название темы дипломной работы)

и в ее рамках решить следующие задачи:

1) _____

(указываются при необходимости)

2) _____

3) _____

Администрация

организации

обязуется

предоставить

_____ все материалы, необходимые для выполнения

(фамилия, инициалы обучающегося)

дипломной работы по указанной теме.

Руководитель организации _____

(подпись)

(инициалы, фамилия)

Приложение Б (справочное)

Бланк заявления на закрепление темы и назначение руководителя дипломной работы

Заведующему кафедрой
«Маркетинг и менеджмент»

_____ *(фамилия, инициалы зав. кафедрой)*

ЗАЯВЛЕНИЕ

«__» _____ 20__ г.

Прошу разрешить выполнять дипломную работу на тему

_____ *(название темы дипломной работы)*

на примере _____

_____ *(наименование организации – базы прохождения преддипломной практики)*

Предполагаемый руководитель _____

_____ *(фамилия, инициалы руководителя дипломной работы)*

Обучающийся

гр. _____

_____ *(номер группы)*

_____ *(подпись)*

_____ *(инициалы, фамилия)*

Руководитель работы

«__» _____ 20__ г.

_____ *(подпись)*

_____ *(инициалы, фамилия)*

Приложение В (справочное)

Пример реферата дипломной работы

Реферат

Продвижение организации в социальных сетях (на примере ООО «Доставка Цветов»).

Объем 89 с., 15 таблиц, 28 рисунков, 36 использованных источников, 10 приложений на 47 листах.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ, СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ, АНАЛИТИКА, АККАУНТ, ПОДПИСЧИК, АВТОМАТИЗАЦИЯ ОТВЕТОВ.

Цель дипломной работы – разработка мероприятий по совершенствованию продвижения ООО «Доставка Цветов» в социальных сетях.

Задачи дипломной работы:

- изучение теоретических основ продвижения в социальных сетях;
- анализ продвижения в социальных сетях ООО «Доставка Цветов»;
- разработка мероприятий по совершенствованию продвижения ООО «Доставка Цветов» в социальных сетях;
- разработка информационной системы автоматизации ответов на вопросы и комментарии подписчиков;
- изучение вопросов охраны труда в организации.

Объект исследования – ООО «Доставка Цветов».

Предмет исследования – продвижение в социальных сетях.

Методы исследования: наблюдение, группировка, вертикальный и горизонтальный анализ, сравнительный анализ.

Результаты исследования: изучены теоретические основы продвижения в социальных сетях; дана общая характеристика и выполнена оценка маркетинговой деятельности ООО «Доставка Цветов», выявлены основные тенденции и проблемы при продвижении организации в социальных сетях; предложены мероприятия по совершенствованию продвижения ООО «Доставка Цветов» в социальных сетях; идентифицированы и проанализированы вредные и опасные факторы, влияющие на работу маркетолога.

Научная новизна: разработаны рекомендации по созданию аккаунта в сети TikTok и совершенствованию аккаунта в сети Instagram, спроектирована информационная система автоматизации ответов на вопросы и комментарии подписчиков, что позволит увеличить количество клиентов и повысить объем продаж исследуемой организации.

Область возможного практического применения – ООО «Доставка Цветов» и другие организации со схожими видами деятельности.

Апробация: 5 научных публикаций, справка о принятии к внедрению на ООО «Доставка Цветов» результатов дипломной работы.

Приложение Г (справочное)

Пример оглавления дипломной работы

*Тема «Продвижение организации в социальных сетях
(на примере ООО «Доставка Цветов»)»*

Оглавление

Введение.....	6
1 Теоретические основы продвижения в социальных сетях	9
1.1 Понятие и тенденции развития социальных сетей	9
1.2 Продвижение в социальной сети как инструмент маркетинга	12
1.3 Методические аспекты аналитики социальных сетей	19
2 Анализ продвижения в социальных сетях ООО «Доставка Цветов»	26
2.1 Общая характеристика организации, ее рынков сбыта и конкурентов в отрасли.....	26
2.2 Анализ маркетинговой деятельности организации	30
2.3 Анализ продвижения организации в социальных сетях	38
3 Совершенствование продвижения в социальных сетях ООО «Доставка Цветов».....	47
3.1 Создание аккаунта в социальной сети TikTok.....	47
3.2 Совершенствование аккаунта в социальной сети Instagram.....	55
3.3 Автоматизация ответов на вопросы и комментарии подписчиков.....	62
4 Программная поддержка процесса ответов на вопросы и комментарии подписчиков	70
4.1 Описание предметной области и основных процессов.....	73
4.2 Модель информационно-аналитической системы	75
4.3 Алгоритмы основных программных модулей	77
4.4 Программная реализация информационно-аналитической системы	79
5 Охрана труда.....	81
Заключение	84
Список использованных источников	87
Приложение А. Организационная структура ООО «Доставка Цветов»	90
Приложение Б. Финансовые показатели деятельности ООО «Доставка Цветов» за 2021 и 2022 гг.	98
...	
Приложение И. Листинг программного кода.....	114
Приложение К. Справка о принятии к внедрению результатов дипломной работы.....	125
Приложение Л. Электронная презентация	126

Приложение Д (справочное)

Бланк справки о принятии к внедрению результатов дипломной работы

СПРАВКА о принятии к внедрению результатов дипломной работы

обучающегося _____ группы _____
(фамилия, инициалы обучающегося) *(номер группы)*
межгосударственного образовательного учреждения высшего образования

«Белорусско-Российский университет»

на тему _____
(тема дипломной работы)

Результаты проведенного анализа и предложенные мероприятия по

_____ *(указываются перспективные практические задачи,*

_____, а именно:
которые могут быть решены)

— _____;
(приводятся конкретные практические результаты,

— _____,
возможность использования которых подтверждена)

приняты к внедрению на (в) _____
(наименование организации)

Социальный, научно-технический, иной положительный эффект от
использования результатов: _____

_____ *(увеличение количества клиентов, объема продаж,*

_____ *повышение конкурентоспособности продукции, узнаваемости бренда,*

_____ *ускорение бизнес-процессов, совершенствование структуры управления и т. п.)*

Руководитель организации
(структурного подразделения)

_____ *(подпись)*

_____ *(инициалы, фамилия)*

«__» _____ 20__ г.

М.П.

Приложение Е (справочное)

Бланк акта внедрения результатов дипломного проектирования

Согласовано

Проректор по научной работе
Белорусско-Российского университета

М.П.

«__» _____ 20__ г.

Утверждаю

Руководитель _____

(наименование организации)

М.П.

«__» _____ 20__ г.

Акт внедрения (практического использования) результатов дипломного проектирования

Настоящим актом подтверждаем, что результаты дипломной работы

(тема дипломной работы)

выполненной обучающимся гр. _____

(номер группы, фамилия, имя, отчество обучающегося)

в межгосударственном образовательном учреждении высшего образования

«Белорусско-Российский университет» _____

внедрены, использованы

на (в) _____

(полное наименование предприятия (организации, учреждения),

где осуществлено внедрение)

(указать: подразделение, процесс, продукция, вид услуг, их название)

для _____

(указать: объект, наименование работ,

решаемые практические задачи)

Экономический эффект за расчетный период с _____ по _____

(дата)

(дата)

составил _____ тыс. рублей.

Социальный, научно-технический, иной положительный эффект,
полученный от внедрения: _____

(увеличение количества клиентов, объема продаж,

повышение конкурентоспособности продукции, узнаваемости бренда,

ускорение бизнес-процессов, совершенствование структуры управления и т. п.)

Представители Университета

Представители Организации

Разработчик

(должность)

(подпись, фамилия, инициалы)

(подпись, фамилия, инициалы)

Руководитель работы

(должность)

(подпись, фамилия, инициалы)

(подпись, фамилия, инициалы)

Зав. кафедрой

(должность)

(подпись, фамилия, инициалы)

(подпись, фамилия, инициалы)

Примечания:

1 Настоящий акт заверяется гербовой печатью университета и организации и без печати не действителен.

2 Подпись главного бухгалтера на расчете экономического эффекта является обязательной. При отсутствии экономического эффекта акт может не подписываться главным бухгалтером.

3 Расчет фактического экономического эффекта оформляется в виде приложения.

Приложение Ж **(справочное)**

Требования к презентации дипломной работы

Содержание слайдов

(общее количество слайдов – от 17 до 25)

- 1 Титульный слайд** (тема дипломной работы, группа и ФИО обучающегося, должность и ФИО руководителя).
- 2 Цель и задачи дипломной работы** (по введению).
- 3 Методология исследования** (по разделу 1: основные понятия, перечень использованных методов и методик).
- 4 Основные показатели деятельности организации за 2–3 последних года** (по подразделу 2.1 в виде таблицы: объем производства в сопоставимых ценах, объем реализации в сопоставимых ценах, прибыль от реализации, чистая прибыль, рентабельность, среднесписочная численность работников).
С учетом специфики деятельности организации перечень показателей может быть иным, но они должны отражать аналогичные аспекты.
- 4 Потребители и конкуренты организации** (по подразделу 2.1).
- 5 Система управления маркетингом в организации** (по подразделу 2.2).
- 6 Товарная политика организации** (по подразделу 2.2).
- 7 Ценовая политика организации** (по подразделу 2.2).
- 8 Коммуникативная политика организации** (по подразделу 2.2).
- 9 Распределительная политика организации** (по подразделу 2.2).
- 10 Используемые организацией инструменты электронного маркетинга** (по подразделу 2.2).
- 11...12 Анализ предмета исследования** (по подразделу 2.3).
- 13 Разработанные мероприятия** (перечень).
- 14 Мероприятие 1** (по подразделу 3.1).
- 15 Мероприятие 2** (по подразделу 3.2).
- 16 Мероприятие 3** (по подразделу 3.3, обязательны скриншоты).
- 17 Заключительный слайд** («Спасибо за внимание!»).

Оформление слайдов

- 1 Размер слайда – стандартный (4:3).
- 2 Белый фон, темные буквы, шрифт не меньше 16 pt.
- 3 Отображение информации в виде таблиц, схем, графиков, рисунков; минимум простого текста (кроме слайдов 1, 2, 3, 13, 17).
- 4 Подходящие по смыслу иллюстрации, не загромождающие цифровые данные и не затрудняющие общее восприятие слайдов.

Приложение И (справочное)

Пример оформления типичных элементов в тексте работы

1 Экономическая сущность ассортиментной политики

1.1 Товарный ассортимент и показатели, характеризующие его состояние

1.1.1 Понятие товарного ассортимента и его структуры

Товарный ассортимент – это группа товаров, тесно связанных между собой либо в силу схожести их функционирования, либо в силу того, что их продают одним и тем же группам клиентов [4, с. 374].

...

Все факторы принято условно подразделять на общие и специфические:

– общие факторы не зависят от конкретных условий деятельности предприятия и подразделяются на следующие группы:

а) социальные:

- 1) социальный состав населения;
- 2) уровень культуры;

б) экономические:

- 1) развитие производства товаров;
- 2) уровень доходов населения и источники их образования;

– специфические факторы:

а) факторы, учитываемые при определении широты ассортимента.

...

В таблице 1 представлен анализ динамики производства и реализации продукции промышленного предприятия.

Таблица 1 – Анализ динамики производства и реализации продукции промышленного предприятия

Год	Темп изменения валовой продукции, %	Темп изменения товарной продукции, %		Темп изменения реализованной продукции, %	
		в фактических ценах	в сопоставимых ценах	в фактических ценах	в сопоставимых ценах
2020	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2021	122,8	124,3	112,8	125,5	115,8
2022	126,2	127,3	117,3	128,0	117,9

Из данных таблицы 1 видно, что темпы роста производства и темпы изменения сопоставимых показателей значительно отличаются от изменения показателей в фактических ценах.

Таким образом, номенклатура потребительских свойств (характеристик) услуг в значительной мере совпадает с аналогичной номенклатурой для товаров.

1.2 Формирование товарного ассортимента

Жизненный цикл товара характеризуется изменением объемов продаж и получаемой прибыли во времени (рисунок 1).

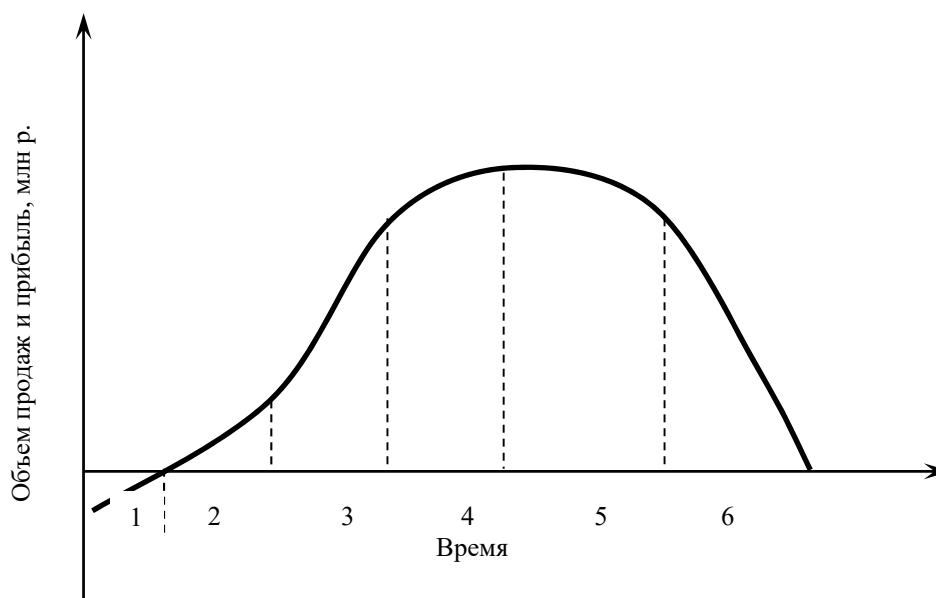


Рисунок 1 – Изменение объема продаж и прибыли на протяжении жизненного цикла товара фирмы А

Из рисунка 1 отчетливо видно, что с течением времени объем продаж товара проходит ...

...

В таблице 2 представлены основные показатели деятельности предприятия.

Таблица 2 – Основные показатели деятельности предприятия за 2020-2022 гг.

Показатель	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Отклонение		Темп роста, %	
				2021 г. от 2020 г.	2022 г. от 2021 г.	2021 г. к 2020 г.	2022 г. к 2021 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
Объем производства продукции, тыс. р.	17 979	20 276	23 784	2 297	3 508	112,8	117,3
Выручка от реализации товаров, работ, услуг, тыс. р.	22 415	26 831	30 693	4 416	3 862	119,7	114,4
Себестоимость реализованных товаров, работ, услуг, тыс. р.	16 756	21 276	24 276	4 520	3 000	127,0	114,1

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4	5	6	7	8
Прибыль от реализации товаров, работ, услуг, тыс. р.	1 489	1 103	1 755	-386	652	74,1	164,1
Рентабельность продукции, %	8,3	5,4	7,4	-2,9	2,0	65,1	137,0
Фондоотдача, р.	0,76	0,85	0,96	0,09	0,11	111,8	112,9

Как следует из представленной таблицы, объем производства за анализируемый период увеличился ...

...

Баланс товарной продукции имеет вид:

$$РП = ГП_{Н} + ТП - ГП_{К}; \quad (1)$$

$$РП = ОП, \quad (2)$$

где $РП$ – реализованная продукция;

$ГП_{Н}$ – остатки готовой продукции на складе на начало периода;

$ТП$ – выпуск продукции (товарная продукция в сопоставимых ценах);

$ОП$ – отгрузка продукции [15, с. 196].

Расчет влияния изменения структуры ассортимента выпускаемой продукции на прибыль предприятия производится по формуле

$$\Pi = R_B \times \sum_{i=1}^n \left(\frac{S_i - V_i}{S_i} \times J_i \right) - c, \quad (3)$$

где R_B – точка безубыточности, т. е. минимальный уровень производства и сбыта, при котором отсутствует убыток, но и нет прибыли, р. ($R_B = 37\,470$ р.);

S_i – цена единицы изделия, р.;

V_i – переменные издержки на единицу изделия, р.;

J_i – удельный вес данного изделия в объеме производства.

Подставляя данные в формулу (1), рассчитаем объем реализованной продукции за прошлый год:

$$5\,500 + 220 - 520 = 3\,300 \text{ млн р.}$$

Таким образом, полученная величина ...

Приложение К (справочное)

Пример оформления использованных источников

Характеристика источника	Пример оформления
1–3 автора	Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – 15-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2020. – 848 с.
	Басовский, Л. Е. Маркетинг: учебное пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 233 с.
	Романов, А. А. Маркетинг: учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – Москва: Дашков и К, 2020. – 440 с.
4 и более автора	Маркетинг (ситуационные задачи и тесты): практикум / М. Б. Щепакин [и др.]. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 512 с
	Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности: учебник / И. И. Скоробогатых [и др.]; под общ. ред. И. И. Скоробогатых. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 589 с.
Сборник научных трудов	Открытые семантические технологии проектирования интеллектуальных систем: сб. науч. тр. / Белорус. гос. ун-т информатики и радиоэлектроники; редкол.: В. В. Голенков [и др.]. – Минск: БГУИР, 2021. – Вып. 5. – 330 с.
Многотомное издание	Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации: в 2 т. / В. А. Алексунин. – Москва: Мир, 2018.
Отдельный том или часть	Компьютерное моделирование технологических систем: учебное пособие: в 2 ч. / С. П. Кундас [и др.]. – Минск: БГУИР, 2004. – Ч. 2. – 191 с.
	Свирид, В. Л. Микроэлектронные и преобразовательные устройства: учебное пособие: в 2 ч. Ч. 1: Электронные устройства / В. Л. Свирид. – Минск: БГУИР, 2005. – 134 с.
Автореферат диссертации	Литвинчук, А. А. Методический инструментарий оценки конкурентоспособности регионов в условиях устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / А. А. Литвинчук. – Минск, 2022. – 25 с.
Диссертация	Шейнина, М. А. Совершенствование продвижения в сети Интернет на основе персонализации баннерной рекламы: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / М. А. Шейнина. – Москва, 2021. – 198 с.
Нормативно-правовые акты	О рекламе: Закон Респ. Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-3. – Минск: Национальный центр правовой информации, 2020. – 29 с.
	О государственной статистике: Закон Респ. Беларусь от 28 нояб. 2004 г. № 345 // Главный бухгалтер. – 2005. – № 5. – С. 30–34.
Стандарт	ГОСТ 2.105-95. Единая система конструкторской документации. Общие требования к тестовым документам. – Введ. 01.01.1997. – Минск: Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации, 1997. – 37 с.
Материалы конференции	Информационные технологии и управление: материалы 49 науч. конф. аспирантов, 6–10 апр. 2013 г. / Белорус. гос. ун-т информатики и радиоэлектроники; редкол.: Л. В. Шилин [и др.]. – Минск: БГУИР, 2013. – 103 с.

Характеристика источника	Пример оформления
Статьи:	
из материалов конференции	Александров, А. В. Анализ деятельности организаций сектора ИКТ в региональном разрезе / Александров, А. В. // Образование, наука и производство в XXI веке: современные тенденции развития: материалы юбилейной междунар. конф., 11-12 нояб. 2021 г. / Белорус.-Рос. ун-т. – Могилев : Белорус.-Рос. ун-т, 2021. – С. 179–180.
из периодического издания	Климова, Л. А. Инновационный подход к оценке успешности деятельности предприятия / Л. А. Климова // Вестник Могилевского государственного университета им. А. А. Кулешова. – 2021. – № 1. – С. 32–47.
Электронные ресурсы	<p>Официальный сайт ОАО «Ольса» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://olsa.by/. – Дата доступа: 10.11.2022.</p> <p>Компания Gemius добавила данные о мобильной аудитории в результаты исследования белорусских сайтов [Электронный ресурс] / Онлайн журнал Marketing.by. – Режим доступа: https://marketing.by/analitika/kompaniya-gemius-dobavila-dannye-o-mobilnoy-auditorii-v-rezultaty-issledovaniya-belaruskikh-saytov/. – Дата доступа: 02.02.2023.</p> <p>Услуги электросвязи в республике оказывают 189 операторов электросвязи [Электронный ресурс] / М-во связи и информатизации Респ. Беларусь. – Режим доступа: https://www.mpt.gov.by/ru/news/01-02-2021-6981. – Дата доступа: 02.02.2021.</p> <p>Информационное общество в Республике Беларусь, 2019: статистический сборник [Электронный ресурс] / Нац. статистический комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2019. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/d70/d70177df955d97e7780c924986cfe5f1.pdf. – Дата доступа: 02.02.2023.</p> <p>Кошельник, В. И. Развитие предприятия: экономическая сущность и видовая классификация [Электронный ресурс] / В. И. Кошельник // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2014. – № 6 (96). – Режим доступа: http://jurnal.org/articles/2014/ekon71.html. – Дата доступа: 10.11.2022.</p> <p>Фролов, Д. Измерения брендов: как исследователи отвечают на вызовы времени [Электронный ресурс] // Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга». – Режим доступа: https://www.marketing.spb.ru/lib-research/Brand_Dynamics.htm. – Дата доступа: 10.02.2023.</p>

Приложение Л (справочное)

Пример списка использованных источников

Список использованных источников

- 1 **Акулич, И. Л.** Маркетинг: учебник / И. Л. Акулич. – 7-е изд., перераб. – Минск: Выш. шк., 2010. – 480 с.
- 2 **Басовский, Л. Е.** Маркетинг: учебное пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 233 с.
- 3 **Климова, Л. А.** Инновационный подход к оценке успешности деятельности предприятия / Л. А. Климова // Вест. Могилев. гос. ун-та им. А. А. Кулешова. – 2021. – № 1. – С. 32–47.
- 4 **Котлер, Ф.** Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – 15-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2020. – 848 с.

...