

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра «КОММЕРЦИЯ И ТАМОЖЕННОЕ ДЕЛО»

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научно-методической
и учебной работе

 Е.И. Скафа

“ 21 ” декабря 2016 г.



**Методические указания по подготовке и
защите ВКР (магистерская диссертация)**

Рекомендовано в качестве учебно-методического
издания для студентов направления подготовки
38.04.06 «Торговое дело»

Донецк 2016



УДК 338.2(073)
ББК У053 р 30

Методические указания по подготовке и защите магистерской диссертации для студентов по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело». Учебное пособие: учебно-методическое издание / Белопольская Т.В., Бортникова Н.Ф., Малич Л.А., Квасников А.А.; под общ. ред. д.э.н., проф. Т.В.Белопольская. – Донецк: ДонНУ, 2016. - 42 с.

Авторы:

Белопольская Татьяна Владимировна, д.э.н., профессор,
Бортникова Наиля Фаизовна, к.э.н., доцент,
Малич Людмила Анатольевна, к.э.н., доцент,
Квасников Андрей Анатольевич, к.т.н., доцент

Рецензенты:

Семенов А.Г., доктор экономических наук, профессор;
Сердюк В.Н., доктор экономических наук, профессор.

Утверждено ученым советом учетно-финансового факультета (протокол № 4 от 18.11.2016г.).

В учебно-методическом пособии даны указания по выполнению магистерской диссертации для студентов специальности 38.04.06 «Торговое дело» содержат основные требования к порядку выполнения, содержанию и структуре, оформлению и процедуре защиты магистерской диссертации а также приложения с образцами необходимых документов.

УДК 338.2(073)
ББК У053 р 30

© Белопольская Т.В., Бортникова Н.Ф., Малич Л.А., Квасников А.А. 2016

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	4
2. Цели и задачи магистерской диссертации	4
3. Структура и содержание магистерской диссертации.....	6
4. Язык и стиль магистерской диссертации	17
5. Методические рекомендации по оформлению магистерской диссертации...19	
6. Методические рекомендации к проведению защиты магистерской диссертации.....	25
ПРИЛОЖЕНИЯ	28

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

В соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего профессионального образования подготовки магистров по направлению 38.04.06 «Торговое дело», одним из обязательных видов итоговых аттестационных испытаний итоговой государственной аттестации выпускников является защита магистерской диссертации.

Магистерская диссертация магистра торгового дела выполняется с целью установления умений и навыков выпускника и представляет собой законченную разработку, в которой решается та или иная конкретная практическая задача совершенствования торговой деятельности.

Методические указания по выполнению магистерской диссертации для магистров направления 38.04.06 «Торговое дело» содержат основные требования к порядку выполнения, содержанию и структуре, оформлению и процедуре защиты магистерской диссертации, а также приложения с образцами необходимых документов.

Целью данных указаний является оказание методической помощи выпускникам в написании, оформлении и защите магистерской диссертации.

Методические указания могут быть рекомендованы руководителям магистерских диссертаций, а также членам экзаменационной комиссии по специальности 38.04.06 «Торговое дело».

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Выполнение и защита магистерской диссертации – завершающий этап теоретической и практической подготовки магистров специальности 38.04.06 «Торговое дело» в вузе.

Магистерская диссертация выполняется в форме квалификационной работы и представляет собой законченную разработку, в которой решается та или иная конкретная практическая задача торговой (коммерческой) деятельности.

Цель выполнения магистерской диссертации – установление умений и навыков выпускника, а также закрепление и углубление теоретических знаний и практического опыта по избранной специальности.

Исходя из цели, в процессе выполнения магистерской диссертации решаются следующие задачи:

- изучение и обобщение теоретических положений, содержащихся в научной и учебной литературе, что позволяет закрепить умение студента подбирать литературу, а также обоснование на этой основе собственной точки зрения на изучаемую проблему;

- выявление и анализ сведений, содержащихся в оперативных материалах о торговой (коммерческой) деятельности предприятий и организаций, что повышает навыки аналитического мышления студента и обеспечивает творческий подход к решению практических задач;

- формулирование выводов и разработка рекомендаций по совершенствованию торговой (коммерческой) деятельности конкретных организаций и предприятий, что позволяет обеспечить прикладную направленность подготовки студентов – магистров торгового дела (коммерции).

Для решения поставленных в магистерской диссертации профессиональных задач студент должен:

- владеть методами сбора, хранения, обработки и анализа информации, применяемыми в торговой (коммерческой) деятельности;

- уметь анализировать и оценивать торговую (коммерческую) деятельность, товарные рынки, продвижение товаров от производителей до потребителей;

- уметь прогнозировать результаты торговой (коммерческой) деятельности и конъюнктуру товарных рынков;

- владеть методами проектирования номенклатуры товаров, процессов их продвижения и реализации на рынке;

- владеть методиками разработки стратегии торговой (коммерческой) деятельности на товарных рынках;

- уметь планировать торговую (коммерческую) деятельность организаций и предприятий, в т.ч. объемов закупки и продажи товаров, величины товарных запасов;

- уметь организовывать реализацию проектов и планов в области торгового дела (коммерции), закупку и оптовую продажу товаров, их продвижение и реализацию на рынке, формирование товарного ассортимента, выбор покупателей и поставщиков, коммерческие взаиморасчеты, управление товарными запасами и торговое обслуживание;

- уметь пользоваться системами моделей процессов торговой (коммерческой) деятельности, строить модели бизнес-технологий.

Магистерская диссертация является основным видом итоговых аттестационных испытаний студентов, в котором они подтверждают уровень овладения практическими умениями и навыками, поэтому работа должна иметь прикладной характер и выполняться на материалах конкретных организаций, предприятий, осуществляющих торговую (коммерческую) деятельность или формирующих инфраструктуру рынка. При этом практическая значимость магистерской диссертации должна находить отражение в разработанных студентом рекомендациях, направленных на улучшение торговой (коммерческой) деятельности исследуемых объектов.

Выполнение магистерской диссертации базируется на соблюдении ряда требований:

- актуальность темы исследования;

- поисковый характер и практическая направленность исследования;

- реальность и достоверность представленных сведений;

- грамотность и логичность изложения материала;

- наглядность выполненных исследований;

- аргументированность выводов и рекомендаций;

- использование компьютерных технологий при выполнении анализа данных и представлении итоговых результатов.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Структурными элементами магистерской диссертации являются: титульный лист, содержание, перечень условных обозначений (при необходимости), введение, основная часть (три раздела, минимум девять параграфов), заключение, список использованных источников (не менее 60 наименований, в том числе 2-3 источника на иностранном языке), приложения.

Последовательность и примерный объем основных структурных элементов магистерской диссертации приведен в таблице 3.1. В зависимости от состава и характера рассматриваемых вопросов **общий объем магистерской диссертации должен составлять не менее 90 страниц.**

Таблица 3.1

Структурные элементы	Количество страниц
Титульный лист	1
Содержание	1
Введение	3-5
Раздел 1	25-30
Раздел 2	25-30
Раздел 3	25-30
Заключение	4-5
Список использованных источников (не менее 60 наименований)	3-5
Приложения	в соответствии с выбранной темой (согласовывается с руководителем диплома)

Титульный лист является первой страницей магистерской диссертации и содержит следующие реквизиты: полное наименование учебного заведения, тему работы, сведения об авторе работы, местонахождение (город) образовательного учреждения, год написания работы. Сдача магистерской диссертации подтверждается собственноручной подписью студента на последней странице работы. Допуск к защите – подписью заведующего кафедрой на лицевой стороне титульного листа. Титульный лист магистерской диссертации выполняется по строго определенной форме (приложение 1).

Содержание выступает обязательным структурным элементом магистерской диссертации, составляется в соответствии с рубрикацией работы и детализируется до разделов и параграфов. Содержание должно точно соответствовать теме исследования и полностью раскрывать ее. Примерный план магистерской диссертации представлен в приложении 4.

Введение - важная часть магистерской диссертации, к содержанию которой предъявляются четкие требования.

Введение включает в себя обоснование актуальности выбранной темы, ее изученность в отечественной и зарубежной литературе, цель, задачи, предмет и объект исследования, методы исследования, научную значимость, практическую значимость выполняемого исследования, информационную основу выполнения исследования и краткое содержание разделов магистерской диссертации.

Актуальность темы исследования определяется значимостью и прикладной направленностью работы в современных условиях осуществления торговой (коммерческой) деятельности. Подтверждению актуальности темы способствует анализ теоретических источников и тенденций становления и развития торговой (коммерческой) деятельности предприятий и организаций различных форм собственности.

Цель магистерской диссертации – решение поставленной проблемы в рамках темы исследования. Формулирование цели базируется на изучении каких-либо процессов (явлений) в торговой (коммерческой) деятельности и разработке направлений и путей их улучшения (совершенствования).

Так, при выполнении магистерской диссертации в соответствии с предлагаемой студентам тематикой, *цели работы* могут быть сформулированы следующим образом:

- раскрыть особенности организации коммерческой деятельности конкретной оптовой (розничной) организации и разработать основные направления (пути) ее улучшения (совершенствования);
- выявить особенности коммерческой деятельности производственного предприятия и сформулировать направления ее развития;
- рассмотреть порядок организации коммерческой работы по оптовым закупкам товаров в конкретной организации (предприятии) и разработать пути совершенствования закупочной работы;
- оценить современное состояние складского хозяйства оптовой торговой организации и сформулировать пути его совершенствования;
- определить роль инновационной деятельности в торговых процессах конкретной оптовой (розничной) организации (предприятия) и разработать направления ее развития;
- оценить состояние и выявить особенности договорной работы в оптовой торговой организации и выработать рекомендации по укреплению договорной дисциплины;
- оценить работу по организации процессов товароснабжения розничного предприятия (организации) и разработать пути их рационализации;
- выявить специфические особенности коммерческой деятельности организаций потребительской кооперации и сформулировать пути ее улучшения.

Задачи магистерской диссертации конкретизируют цель и отражают последовательность проведения исследований. Формулировку задач рекомендуется представлять в форме перечисления и начинать со слов: обобщить..., выявить..., проанализировать..., показать..., описать..., установить..., дать..., определить..., найти..., доказать..., выработать..., разработать..., внедрить..., рекомендовать и т.п.

Как правило, в магистерской диссертации ставятся следующие *задачи*:

- проанализировать теоретические источники по изучаемой проблеме;
- проанализировать конъюнктуру конкретного товарного рынка;
- оценить состояние коммерческой деятельности конкретной организации (предприятия);
- установить характер коммерческих взаимосвязей объекта наблюдения в сфере товарного обращения;
- провести анализ основных экономических показателей эффективности коммерческой деятельности объекта наблюдения;
- обобщить и оценить факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности конкретной организации (предприятия);
- разработать направления совершенствования коммерческой деятельности конкретной организации (предприятия);
- сформулировать пути улучшения коммерческой работы сбыту (закупке) продукции производственного предприятия;
- выработать подходы к повышению экономической эффективности коммерческой деятельности конкретной организации (предприятия);
- разработать концепцию управления закупочной деятельностью предприятий розничной торговли;
- разработать механизм управления товарными ресурсами торговой организации;
- усовершенствовать методы оценки экономической эффективности предприятий оптовой торговли.

Объект исследования – область научных изысканий, в которой выявлена и существует исследуемая проблема. Это может быть торговая деятельность, коммерческий процесс или явление, которое студент выбрал для изучения, элемент торговой (коммерческой) деятельности, на который направлен процесс научного познания, изучения, объяснения или преобразования на основе научных методов, применяемых для исследования торговой (коммерческой) деятельности.

В качестве *объекта магистерской диссертации* в рамках выбранной студентом темы могут выступать:

- организация коммерческой деятельности оптового (розничного) предприятия (организации),
- состояние коммерческой деятельности организации (предприятия) сферы услуг;
- организация хозяйственных связей оптовых (розничных) торговых организаций с поставщиками товаров;
- организация торгово-технологических процессов в оптово-розничных торговых организациях (предприятиях);
- состояние и оценка культуры обслуживания покупателей в розничной торговле;
- рекламная деятельность организации (предприятия) и ее влияние на результаты коммерческой работы;
- состояние товарного рынка и прогноз его развития;

- формирование стратегий развития коммерческой деятельности организации (предприятия) и т.п.

Формулировка объекта исследования должна точно соответствовать заявленной теме и проблеме работы.

Предмет исследования в магистерской диссертации более конкретен и выступает частью объекта исследования. В качестве предмета обозначается все то, что выделяется в объекте для целенаправленного изучения, то, что может находиться в отношении или обладать каким-либо свойством. Это коммерческие связи и зависимости, конкретные свойства и отношения и процессы, которые подлежат непосредственному изучению и обеспечивают повышение результативности и эффективности в решении коммерческих задач.

Предметом исследования в работе могут выступать:

- процессы, выполняемые организацией (предприятием) при осуществлении торговой (коммерческой) деятельности;
- система коммерческих отношений между поставщиками и покупателями в процессе поставки товаров в организацию (предприятие);
- процесс формирования ассортимента и направления его совершенствования;
- мерчандайзинг как часть торгово-технологических процессов в розничных торговых организациях (предприятиях);
- ключевые элементы состояния и основные показатели оценки культуры обслуживания покупателей в розничной торговле;
- влияние рекламных мероприятий, проводимых организацией (предприятием), на эффективность ее коммерческой деятельности;
- взаимосвязи основных элементов товарного рынка, оказывающие влияние на его состояние;
- пути улучшения коммерческой деятельности в розничной торговой (корпоративной) сети;
- мероприятия, обеспечивающие повышение эффективности коммерческой деятельности организации (предприятия) и т.п.

Объект наблюдения – организации (предприятия), на материалах которых выполнена магистерская диссертация.

Так, в качестве *объекта наблюдения* могут выступать:

- оптовые торговые организации (предприятия);
- розничные торговые организации (предприятия);
- розничные торговые (корпоративные) сети;
- оптово-розничные торговые организации (предприятия);
- организации (предприятия) сферы услуг;
- производственные предприятия;
- коммерческо-посреднические структуры (дилерские, дистрибьюторские и агентские организации);
- торговые дома.

Обязательным элементом введения является описание *методов исследования торговой (коммерческой) деятельности*, которые служат инструментом, необходимым условием достижения поставленной в работе цели.

Для исследования торговой (коммерческой) деятельности применяют общенаучные и специальные методы познания (исследования).

К *общенаучным методам исследования* относят:

- метод диалектического материализма (предполагает изучение, исследование категорий (понятий) от простейших к более сложным, базируясь на историческом развитии);
- метод наблюдения;
- метод эксперимента;
- метод сравнения и аналогии и другие.

Специальные методы исследования включают:

- анкетные опросы покупателей;
- экспертные оценки;
- экономико-математические методы факторного анализа (обеспечивающие определение экономической эффективности коммерческой деятельности) и другие.

Цель, задачи, объект, предмет, методы магистерской диссертации формулируются студентом совместно с руководителем.

Практическая значимость магистерской диссертации раскрывается в ее направленности на решение практических проблем.

Заключительным элементом введения являются сведения о *структуре магистерской диссертации* и краткое описание ее составляющих.

В каждой магистерской диссертации должны быть выделены три части – теоретическая (первый раздел), методическая (второй раздел) и практическая, рекомендательная (третий раздел).

Теоретическая часть (первый раздел) работы характеризует уровень теоретической подготовки студента за весь период его обучения. В ней на основе обзора литературы отечественных и зарубежных авторов, нормативно-правовых, научно-методических и статистических материалов рассматривается сущность исследуемой проблемы в торговой (коммерческой) деятельности, анализируются различные подходы к ее решению, и излагается собственная позиция автора.

Содержание теоретической части магистерской диссертации должно базироваться на строгом понятийном аппарате, сформированном в торговой (коммерческой) деятельности, поэтому при изложении материала необходимо давать определения (формулировки) основных понятий, используемых в работе. В тексте, наряду со ссылками на изученные литературные источники, должна быть отражена и обоснована точка зрения автора магистерской диссертации на изученную проблему.

Общие рекомендации по содержанию первого раздела магистерской диссертации:

- содержание литературного обзора должно точно раскрывать постановку и решение конкретной задачи, сформулированной в теме работы;

- в работах, где узловыми вопросами являются: коммерческая работа по закупкам товаров, особенности коммерческой работы на рынке товаров, ассортиментная политика торговых организаций (предприятий), оценка конкуренто-

способности торговых организаций (предприятий) и организаций (предприятий) сферы услуг целесообразно рассмотрение конъюнктуры рынка. Оценка конъюнктуры товарных рынков (рынков услуг) включает анализ состояния таких категорий, как спрос, предложение, взаимосвязи между спросом и предложением, конкуренция в источниках поставок и реализации товаров (услуг);

-работы, в которых объектом исследования выступает оценка эффективности коммерческой деятельности организаций (предприятий) различных форм собственности и направлений деятельности, требуют наличия методик оценки эффективности коммерческой работы и формулирования факторов внешней и внутренней среды, влияющих на конечные результаты деятельности организаций (предприятий). При этом наряду с теоретическим обоснованием экономической эффективности следует выделять основополагающие аспекты социальной эффективности коммерческих процессов;

-в работах, предполагающих исследование конкретных и узких вопросов коммерческой деятельности, таких как: организация деятельности коммерческих служб, совершенствование технологии оптовых продаж, коммерческий риск, информационные технологии в коммерческой деятельности, защита коммерческой тайны, имидж организации (предприятия), совершенствование материально-технической базы и тому подобных, литературный обзор должен отличаться глубиной исследования и освещением современного состояния указанных вопросов в отечественной и зарубежной литературе. При этом не рекомендуется включение в теоретическую часть общих вопросов организации коммерческой деятельности предприятиями;

-в конце теоретической части обязательно наличие обобщающих выводов о степени разработанности проблемы исследования, ее актуальности, об основных направлениях ее изучения. Кроме того, выводы по первой главе должны содержать обоснование направлений дальнейшего экспериментального практического исследования.

Формулировка обобщающих выводов, обычно начинается оборотом: «таким образом...», «итак...», «обобщая вышеизложенное...» и т.д.

При формулировке выводов следует соблюдать *ряд правил*.

Во-первых, вывод должен обобщать полученные в отдельных параграфах первого раздела конечные, а не промежуточные результаты, *во-вторых*, в выводах не целесообразно приводить положения, которые не важны для изложения последующего материала и не вытекают из цели работы, *в-третьих*, вывод нельзя подменять декларацией о результатах проделанной работы («рассмотрено», «проанализировано», «изучено» и т.д.), *в-четвертых*, выводы должны быть краткими.

В методической части работы (во втором разделе) как правило, на основе изученных теоретических аспектов изучаемой проблемы, предлагаются (усовершенствованные или разработанные автором впервые) методы, инструменты, модели управления объектом наблюдения, конкретные методические положения по совершенствованию организации коммерческой деятельности объекта наблюдения.

Разработка методов, моделей и инструментов, направленных на совершен-

ствование коммерческой деятельности организаций (предприятий) могут проводиться в отношении:

- проведения маркетинговых исследований, направленных на изучение покупательского спроса, формирование оптимального ассортимента товаров, повышение конкурентоспособности организации (предприятия) и т.п.;

- выявления и выбора наиболее рациональных поставщиков товаров на основе многочисленных коммерческих предложений и определения возможности перехода на прямые хозяйственные связи с конкретными поставщиками продукции;

- оптимизации хозяйственных связей по поставкам товаров и включения в договоры условий, наиболее полно отражающих коммерческие интересы исследуемой организации (предприятия);

- выявления и более полного учета факторов, влияющих на формирование ассортимента товаров и состояние товарных запасов;

- разработки мер, направленных на ускорение товарооборачиваемости и улучшения оперативного управления товарными запасами;

- повышение качества торгового обслуживания населения;

- совершенствование торгово-технологических процессов в исследуемой организации (предприятии);

- повышения эффективности коммерческой деятельности за счет внедрения отдельных средств ценового и неценового стимулирования продажи товаров и т.п.

Общие рекомендации по содержанию второго раздела магистерской диссертации:

- во втором разделе должно быть не менее трех параграфов;

- методы, модели и инструменты должны быть конкретными, аргументированными, реальными для практического использования и иметь экономическое обоснование;

- если выпускник предлагает в своей работе несколько вариантов решения выявленной проблемы, он должен проанализировать каждый из них, выбрать оптимальный и не только прогнозировать положительные результаты использования выбранного варианта, но и предложить мероприятия по минимизации рисков негативных последствий.

Аналитическая (практическая) часть (третий раздел) магистерской диссертации носит аналитический, практико-ориентированный характер и представляет собой апробацию предложенных во втором разделе методов, моделей и инструментов на примере конкретного объекта исследования.

В данном разделе студент, используя различные методы исследования, изучает проблемы и состояние торговой (коммерческой) деятельности на материалах организации (предприятия), выступающей в качестве объекта наблюдения. Количественный и качественный анализ результатов эмпирического исследования является обязательным для данного вида работ.

Глубина анализа, его качество определяются, во-первых, полнотой и достоверностью привлекаемой информацией о проблеме, во-вторых, корректностью и адекватностью избранных методов. Для выполнения этого раздела сту-

денту необходимо применить полученные в процессе обучения знания методов исследования коммерческой деятельности, которые помогут ему лучше описать саму проблему и выбрать методы ее анализа.

Порядок проведения исследования и изложения материала в третьем разделе должен точно соответствовать развернутому плану магистерской диссертации.

Рекомендуемая *схема представления материала* в аналитической части работы выглядит следующим образом:

1. краткая характеристика объекта исследования;
2. оценка состояния и анализ исследуемой проблемы в торговой (коммерческой) деятельности организации (предприятия);
3. анализ основных экономических показателей эффективности коммерческой деятельности организации (предприятия)
4. апробация предложенных во втором разделе методов, моделей и инструментов управления;
5. предложения и рекомендации, направленные на совершенствование объекта исследования, полученные в результате анализа данных и апробации предложенных в работе методов, моделей и инструментов.

Задача характеристики объекта исследования - создать полное представление об объекте исследования, его месте на местном рынке и организационных изменениях происходящих в его работе за последние годы. Грамотная характеристика позволит студенту выявить специфические особенности в организации коммерческой деятельности объекта наблюдения в современных условиях его функционирования.

Оценка состояния и анализ исследуемой проблемы в коммерческой деятельности организации (предприятия) проводится в точном соответствии с темой и планом магистерской диссертации, при этом можно выделить общие содержательные моменты, характерные для некоторых тем.

Так, при рассмотрении процессов коммерческой деятельности в *торговых организациях (предприятиях)* необходимо дать ответы на следующие вопросы:

-изучение покупательского спроса и определение потребности в товарах, подлежащих закупке;

-источники информации о поставщиках товаров, критерии их выбора и анализ поставщиков по таким показателям, как: структура поставщиков по объему поставок, динамика поставок (по годам либо другим периодам), структура поставщиков по территориальному признаку и признаку специализации, структура поставщиков по принадлежности к системе. Результаты анализа поставщиков целесообразно представлять в табличной или графической форме (приложение б);

-организация договорной работы с поставщиками (виды договоров, порядок их заключения, критическая оценка и контроль за выполнением договорных обязательств);

-особенности формирования ассортимента товаров в организации (предприятии) и факторы, влияющие на его формирование;

-оценка фактического состояния ассортимента товаров в организации

(предприятия), проводится по таким показателям: структура ассортимента по объему продажи товаров, как в целом по предприятию, так и в разрезе структурных подразделений и видов товаров, коэффициенты полноты, устойчивости, обновления ассортимента. Результаты оценки целесообразно представлять в виде табличного или графического материала (приложение 7);

- категории товарных запасов в соответствии с их классификацией (в качестве признаков классификации товарных запасов выступают: по назначению, по срокам, по показателям, по величине) и оценка состояния товарных запасов по таким показателям, как уровень товарных запасов в днях, товарооборота в днях и числе оборотов (приложение 8);

- методы продажи товаров в организации (предприятии), их характеристика и условия применения;

- ценовые и неценовые средства стимулирования продажи товаров в организации (предприятии), эффективность их применения;

- оценка уровня культуры и качества торгового обслуживания покупателей в магазине (проводится по показателям, характеризующим: качественное состояние розничной торговой сети, дополнительное обслуживание покупателей, полноту и устойчивость ассортимента товаров, развитие оборота розничной торговли и завершенность покупок).

Изучение организации *коммерческой деятельности производственного предприятия* предполагает проведение работ в направлениях, раскрывающих ее сущность:

- организационная структура коммерческой службы предприятия (должна быть представлена схематично с выделением факторов, влияющих на ее формирование);

- изучение рынка материальных ресурсов, включает анализ таких показателей, как: количественная оценка предложения конкретного вида сырья или материалов, ассортимент предложения сырья и материалов, поставщики сырья и материалов, уровень цен на сырье и материалы. Изучение рынка базируется на применении прямых и косвенных методов исследования ситуации на рынке;

- определение потребности в материальных ресурсах, при этом необходимо классифицировать материальные ресурсы по направлению расхода, а именно – потребность в ресурсах на производство продукции, на ремонтно-эксплуатационные нужды, на образование производственных запасов;

- определение экономически целесообразной партии закупок материальных ресурсов, обеспечивающей минимальные годовые затраты на организацию закупки и поставку материальных ресурсов;

- выбор потенциальных поставщиков сырья и материалов, для чего могут быть использованы различные методики выбора, основными из которых являются рейтинговый метод, балльный и оценочные методы (приложение 9);

- формирование условий поставки материальных ресурсов, заключение договоров на их поставку и контроль выполнения договорных обязательств;

- планирование ассортимента новой продукции и определение рациональной структуры выпускаемой продукции на основе расчет такого показателя, как точка безубыточности предприятия;

- планирование сбыта готовой продукции на известном и свободном рынках и разработка портфеля заказов предприятия;

- анализ основных покупателей готовой продукции и организация хозяйственных связей с ними (приложение 10). При анализе определяется структура покупателей по территориальному признаку и объему поставок готовой продукции;

- организация оперативно-сбытовой работы, включающей в себя организацию отгрузки продукции покупателям, ее документальное оформление и контроль за выполнением заказов покупателей и платежеспособностью клиентов;

- расчет показателей результативности сбытовой деятельности производственного предприятия (объем реализованной продукции, количество заключенных с покупателями договоров и процент их выполнения, коэффициент оборачиваемости запасов готовой продукции).

Исследование организации *коммерческой деятельности на рынке услуг* проводится в отношении следующих элементов:

- состояние рынка услуг;

- оценка ассортимента услуг, может быть проведена по таким показателям, как структура ассортимента услуг по объему их оказания клиентам, структура ассортимента по видам услуг (основные, сопутствующие и дополнительные);

- порядок оказания услуг клиентам и организация договорной работы с ними, при рассмотрении которой необходимо дать характеристику видов заключаемых договоров согласно действующему законодательству, выделить специфические особенности, определить эффективность выполнения договорных обязательств и дать критическую оценку заключенным договорам с точки зрения их коммерческой грамотности;

- анализ основных клиентов в разрезе объема реализации услуг и из направленности (на конечное потребление и производственное использование),

- качество оказания услуг и культура обслуживания клиентов.

Неотъемлемым и одним из основополагающих вопросов исследования коммерческой деятельности в аналитической части магистерской диссертации (в третьем разделе), выступает *анализ основных экономических показателей эффективности коммерческой деятельности организации (предприятия)* (приложение 11).

Данный анализ является логическим завершением изучения фактического состояния коммерческой деятельности объекта исследования, и включает в себя расчет основных экономических показателей эффективности деятельности и обоснование полученных результатов. При этом следует учитывать, что система экономических показателей эффективности коммерческой деятельности будет отличаться в зависимости оттого, что выступает в качестве объекта наблюдения: торговые организации (предприятия), производственные предприятия или организации по оказанию услуг. Результаты расчета показателей и их анализ рекомендуется представлять в графическом виде, сопровождаемом соответствующими выводами.

Так, для оценки эффективности коммерческой деятельности торговых организаций (предприятий) могут быть использованы следующие группы показате-

телей:

1. показатели оборота оптовой (розничной) торговли;
2. показатели доходов и прибылей;
3. показатели издержек обращения;
4. показатели товарооборота;
5. вспомогательные показатели эффективности коммерческой деятельности.

Оценка эффективности коммерческой деятельности производственных предприятий базируется на расчете таких показателей как:

1. объем реализованной продукции;
2. выручки от реализации продукции;
3. коммерческие расходы;
4. прибыль от реализации готовой продукции;
5. оборачиваемость запасов готовой продукции.

Для оценки эффективности коммерческой деятельности организаций по оказанию услуг могут быть применены следующие показатели:

1. выручка от оказания услуг;
2. затраты на оказание услуг;
3. прибыль от оказания услуг;
4. вспомогательные показатели эффективности коммерческой деятельности.

Общие рекомендации по содержанию третьего раздела магистерской диссертации:

-содержание аналитической части должно включать только практические материалы и сведения, раскрывающие фактическое состояние конкретной проблемы (задачи), сформулированной в теме работы;

-при выполнении третьего раздела недопустимо ограничиваться констатацией фактов, необходимо раскрыть тенденции, вскрыть недостатки и причины, их обусловившие, чтобы в дальнейшем определить возможные варианты конструктивного изменения ситуации и разработать рекомендации (предложения, направления, пути) по их реализации.

-обязательным элементом данной части магистерской диссертации является наличие графического иллюстративного материала, размещенного по тексту работы либо представленного в виде приложений,

-обязательным элементом данной части магистерской диссертации является практическая реализация одного из предложенных элементов методического обеспечения изучаемой проблемы (метода, модели, инструмента, методики и т.д.),

-в конце аналитической части обязательно наличие обобщающих выводов о фактическом состоянии изучаемых вопросах и проблемных положениях, требующих дальнейшего исследования.

Заключение – имеет форму синтеза полученных в работе результатов. Этот синтез – последовательное, логически стройное изложение выводов, соотнесение их с общей целью и конкретными задачами, поставленными и сформулированными во введении.

В заключении отражаются основные итоги проделанной работы в виде кратких выводов по теме исследования и предложений, направленных на совершенствование коммерческой деятельности исследуемой организации (предприятия).

Выводы и предложения могут быть сгруппированы по следующим направлениям:

- констатация исходного состояния задач в коммерческой деятельности по теме магистерской диссертации и условий их эффективного решения;
- степень соответствия выполненной магистерской диссертации плану исследования, а рекомендуемые решения – современным тенденциям развития коммерческой деятельности;
- практическая (прикладная) ценность магистерской диссертации и сфера приложения ее результатов.

В заключении работы могут приводиться сведения об апробации основных результатов (доклады, сообщения, отзывы, статьи), их практическом внедрении (справки, акты, протоколы), рекомендации по использованию и условиям их применения, целесообразность и направления дальнейшей разработки темы. При необходимости определяется круг вопросов, требующих более глубокой разработки, и намечаются перспективы дальнейшего изучения проблемы.

Общие рекомендации по написанию и содержанию заключения магистерской диссертации:

- выводы должны базироваться в основном на материалах первого и второго разделов магистерской диссертации, быть четкими, краткими и конкретными, при этом они не должны подменяться механическим суммированием выводов в конце параграфов, а должны содержать главные итоговые результаты работы;
- выводы следует приводить последовательно, по мере их получения и представлять их в виде кратко сформулированных тезисов;
- предложения должны вытекать из выводов, быть конкретными и адресными.

В заключении наиболее ярко проявляется способность (или неспособность) автора ясно мыслить и излагать материал. В этой части работы содержится так называемое «выводное знание», которое выносится на обсуждение и оценку комиссии при защите магистерской диссертации.

4. ЯЗЫК И СТИЛЬ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Для языково-стилистического оформления работы очень важно уметь организовывать накопленную научную информацию в связный текст, для чего надо хорошо разбираться в его речевых функциях и лексических средствах их реализации. Для облегчения работы бакалавров ниже приводятся речевые клише, выполняющие различные речевые функции, которые в научных работах используются как средства между предложениями.

Речевая функция	Лексические средства		
Причины и следствие, условие и следствие	(и) поэтому, потому, так как		
	Поскольку		
	Отсюда следует.....		
	Откуда следует.....		
	Вследствие...		
	В результате ...		
	В силу этого....		
	В виду этого.....		
	В зависимости от....		
	В связи с этим...		
	Согласно этому ...		
	В таком случае....		
	В этом случае....		
	В этих условиях....		
При таких условиях.....			
(а) если (же)...,то...			
	<p style="text-align: center;">Что</p> <p style="text-align: center;">} условиях</p>	свидетельствует	
		указывает	
		говорит	
		соответствует	
		дает возможность	
		позволяет	
		способствует	
Ссылка на предыдущее или последующее высказывание	Тем более, что...		
	В том числе, в случае, то есть, а именно		
	Как было		сказано _____
			показано _____
			упомянуть _____
			отмечено _____
			установлено _____
			получено _____
			обнаружено _____
			найдено _____
как	говорилось	выше	
	указывалось		
	отмечалось		
	подчеркивалось		
Согласно этому....			
Сообразно этому.....			
Соответственно этому...			
В соответствии с этим, в связи с этим			
В связи с вышеизложенным			
Данный, названный, рассматриваемый и т. д.			
Такой, такой же, подобный, аналогичный, сходный, подобного рода, подобного типа			
Следующий, последующий, некоторый			
Многие из них, один из них, некоторые из них			

	Большая часть, большинство	
Обобщение, вывод	Таким образом, итак, следовательно	
	В результате, в итоге, в конечном счёте	
	Отсюда	следует
		вытекает
		понятно
ясно		
	Наконец, в заключение, в итоге	
Иллюстрация сказанного	Например, так, в качестве примета	
	Примером может служить	
	Такой как (например)	
	В случае, для случая	
	О чём можно судить, что очевидно	
Введение новой информации	Рассмотрим следующие случаи	
	Остановимся подробно на...	
	Приведём несколько примеров	
	Основные преимущества этого метода...	
	Некоторые дополнительные замечания...	
	Несколько слов о перспективах исследования	
Временная соотнесенность и порядок изложения	Сначала, прежде всего, в первую очередь	
	Одновременно, в том же время, здесь же	
	Наряду с этим	
	Предварительно, ранее, выше	
	Ещё раз, вновь, снова	
	Затем, далее, потом, ниже	
	В дальнейшем, в последующем, впоследствии	
	Во-первых, во-вторых и т.д.	
	В настоящее время, до настоящего времени	
	В последние годы, за последние годы	
Наконец, в заключение		
Сопоставление и противопоставление	Однако, но, а, же	
	Как..., так и...; так же, как и...	
	Не только, но и...	
	По сравнению; если..., то...	
	В отличие, в противоположность, наоборот	
	Аналогично, также, таким же образом	
	С одной стороны, с другой стороны	
	В то время, как, между тем, вместе с тем	
Тем не менее		
Дополнения или уточнения	Также и, причём, при этом, в месте с тем	
	Кроме того...	
	Более того...	
	Главным образом, особенно	

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Работа должна быть отпечатана на белой бумаге (формат А4), используя одну сторону листа, в текстовом редакторе WORD (шрифт 14, Time New Roman, обычный, интервал 1,5).

Рекомендуется устанавливать следующие размеры полей:

- правое - 15 мм;
- верхнее, нижнее - 20 мм;
- левое – 30 мм;

На странице должно быть 28-29 строк.

Способ выравнивания – *по ширине* для основного текста (для заголовков, списков и других элементов текста можно выбирать другие способы выравнивания, например, заголовки разделов размещать *по центру*),

Для выделения ключевых понятий допускается использование курсива (только в начале предложения).

Инициалы нельзя отрывать от фамилии и всегда следует размещать перед фамилией, а не наоборот (исключением являются библиографические списки, внутритекстовые и подстрочные примечания, в которых инициалы ставятся всегда после фамилии).

В тексте должна быть автоматическая расстановка переносов, при этом необходимо отменить «запрет висячих строк» в меню «Абзац – Положение на странице».

Повреждения листов текстовых документов, помарки и следы не полностью удаленного текста не допускаются.

Объем магистерской диссертации без приложений должен составлять не менее 90 страниц. Объем приложений должен соответствовать теме исследования.

Магистерская диссертация должна быть сшита в твердом книжном переплете.

Отзыв руководителя магистерской диссертации (приложение 3), внутренняя (межкафедральная) рецензия в работу не подшивается, а вкладывается в конверт, который крепится на последней странице работы.

Нумерация страниц

В магистерской диссертации осуществляется сквозная нумерация страниц, начиная с титульного листа. Номер на титульном листе и содержании не ставится. Нумерация начинается с цифры 3 с первой страницы введения и продолжается сквозной нумерацией до конца магистерской диссертации. Порядковый номер страницы следует проставлять в правом верхнем углу страницы.

Страницы работы следует нумеровать арабскими цифрами, без знака №. Иллюстрации, таблицы, расположенные на отдельных листах, включаются в общую нумерацию страниц. Приложения оформляются как продолжение магистерской диссертации. Они отделяются от работы отдельной страницей, на которой помещена соответствующая надпись – Приложения. Эта страница нуме-

руется. Она должна быть пронумерована, как последняя страница работы. Страницы приложений не нумеруются.

Титульный лист

Титульный лист набирается студентом в текстовом процессоре MS Word. Форма титульного листа и образец его заполнения приведены в приложении 1.

Содержание

Слово «СОДЕРЖАНИЕ» пишется прописными буквами и выравнивается по центру строки жирным шрифтом.

Заголовки одинаковых степеней рубрикации необходимо располагать друг под другом. Заголовки каждой последующей ступени следует смещать вправо относительно заголовков предыдущей ступени. Для каждого заголовка проставляется номер страницы. Строка заголовка связывается с номером страницы отточием (рядом точек), которое должно заканчиваться для всех заголовков на одной вертикали. Названия глав, введение, заключение, список использованных источников и приложения пишутся прописными буквами (приложение 4). Все параграфы начинаются с прописных букв без точки на конце. Содержание должно быть размещено на одной странице.

Заголовки

Для лучшего восприятия текст магистерской диссертации разбивается на разделы и параграфы. Разделы и параграфы должны иметь заголовки, четко и кратко отражающие их содержание.

Разделы в магистерской диссертации нумеруются по порядку арабскими цифрами, например, 1, 2 и т.д. Пишутся прописными буквами и жирным шрифтом. В конце точка не ставится.

Параграфы нумеруются в пределах каждого раздела и их номера состоят из номера главы и номера параграфа в данном разделе, отделенного от номера графы точкой. В конце номера параграфа точка не ставится. Слово параграф не пишется, например, 1.1., 1.2. и т.д.

Заголовки параграфов следует располагать с абзаца строчными буквами и жирным шрифтом без точки в конце и без переносов.

Введение, разделы, заключение, список использованных источников отделяются от основного текста *двумя отступами*. Если заголовок не помещается в строке, то при разбивке его на строки следует учитывать смысловую и логическую связь между словами.

Параграфы следует отделять от основного текста *одним отступом*. Пример оформления разделов и параграфов приведен в приложении 2.

Каждый раздел, а также введение, заключение, библиографический список, приложения начинают с новой страницы.

Формулы

Для ввода формул целесообразно использовать редакторы формул (Microsoft Equation 3.0 или Microsoft MathType).

1. Формулы могут *размещаться*:

- в отдельной строке в центре (нумерованные наиболее важные, а также длинные и громоздкие, содержащие знаки суммирования, произведения, интегрирования и т.п.);
- на одной строке несколько формул (короткие однотипные формулы), разделенные запятыми или точкой с запятой;
- внутри текста (небольшие, несложные и не имеющие самостоятельного значения), например:

$$C_{cp.} = \frac{\sum_{i=1}^N C_i}{N}, \quad (1.1.1)$$

2. Если формула не помещается в одной строке, ее следует переносить на другую строку:

- в первую очередь на знаках отношения между левой и правой частями формулы ($>$, $<$, $=$, \geq , \leq , \neq);
- во вторую очередь на знаках «многоточие» (...), сложения и вычитания (+ и -);
- в третью очередь на знаке умножения в виде крестика (\times).

При этом знак, по которому производится перенос, оставляют в конце строки и повторяют в начале новой строки, на которую перенесена часть формулы. На других знаках, кроме упомянутых, разбивать формулу не рекомендуется.

3. Расшифровку использованных в формулах буквенных обозначений величин следует помещать после формулы, при этом:

- расшифровка общепринятых обозначений может быть опущена;
- повторяющиеся обозначения могут не расшифровываться, если формулы расположены рядом близко друг к другу;
- при большом числе формул с повторяющимися обозначениями целесообразно в начале (или в конце) работы привести список обозначений с их расшифровкой;
- приводимые обозначения символов и числовых коэффициентов следует давать либо по тексту через запятую или точку с запятой, либо начинать с новой строки, при этом первую строку пояснения начинать со слова «где» без двоеточия. Например:

$$C_{cp.} = \frac{\sum_{i=1}^N C_i}{N} \quad (1.1.2)$$

где $C_{cp.}$ – средняя стоимость товаров,
 i – порядковый номер товара,
 N – количество товаров,
 C_i – стоимость i -го товара.

4. Нумеровать следует формулы, на которые имеются ссылки в тексте.

Для нумерации используют арабские цифры, которые заключены в круглые скобки, размещают номера у правого края страницы (см. выше). При этом:

- если в строке записано несколько формул, они объединяются одним номером;

- если формула записана в нескольких строках (перенос формул), то номер размещается на уровне последней строки;

- если нумеруется группа формул, то справа от нее ставятся фигурные скобки, охватывающие ее по высоте, с острием в середине группы формул, обращенным к номеру. Например:

$$\left. \begin{array}{l} -1, \text{ если } y < 0 \\ x = 0, \text{ если } y = 0 \\ 1, \text{ если } y > 0 \end{array} \right\} \quad (1.3)$$

5. Нумерацию формул осуществляют сквозную, в этом случае первая цифра указывает номер главы, а вторая – номер параграфа, третья – номер формулы (например, (1.1.1), (2.1.1) и т.д.). При ссылках в тексте на формулу, указывается её номер, при этом сама формула не повторяется (например: «Как показано в формуле 1.1.1»... или «В уравнении 2.1.1...»).

Таблицы

В работе следует использовать таблицы, которые помогают систематизировать, структурировать и наглядно представлять данные. Информация в таблицах должна быть существенной, сопоставимой, достоверной, определенной и т.д. Ссылка на таблицу в тексте обязательна. Таблицу следует располагать в тексте лишь после её упоминания.

Нумерацию таблиц следует осуществлять сквозную, при этом первая цифра указывает номер главы, а вторая – номер параграфа, третья – номер таблицы. В таблице цифры разделяются точкой (например, Таблица 3.1.1.). Нумерация таблиц в приложениях осуществляется в пределах каждого приложения. Номер таблицы выравнивается по правому краю страницы, а нумерационный заголовок выравнивается по центру страницы.

Таблица 3.1.1

Динамика среднемесячной заработной платы по ВЭД в 2007-2012 гг.

Вид деятельности	2010г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Всего	1351	1806	1906	2239	2633	3024
Сельское хозяйство, охота и связанные с ними услуги	733	1076	1206	1430	1800	2023
Лесное хозяйство и связанные с ним услуги	1100	1311	1341	1787	2300	2534
Рыболовство, рыбоводство	721	913	1028	1191	1369	1552
Промышленность	1554	2017	2117	2580	3120	3500
Строительство	1486	1832	1511	1754	2251	2492
Торговля, ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного потребления	1145	1514	1565	1874	2339	2696

Тематический заголовок таблицы определяет её тему и содержание. Он размещается над таблицей после нумерационного заголовка. В тематическом заголовке таблицы не допускается использование переносов (см. приложения 6,7,8,9,10,11).

Если таблица занимает более одной страницы, над ее продолжением ставится заголовок «продолжение табл. 3.1.1» (если таблица не заканчивается) и «окончание табл. 3.1.1» (если таблица завершается). В этом случае вместо заголовков граф переносят строку с номерами столбцов, например:

окончание табл. 3.1.1

1	2	3	4	5	6
3	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,01	0,002	-0,008	$\geq 0,2$
4	Коэффициент платежеспособности	0,62	0,44	-0,18	> 1

В таблице должны быть указаны единицы измерения. Если единица измерения единая, то ее указывают после заголовка. Если используют разные единицы измерения, то вводят соответствующую графу: «Единицы измерения».

Если нет возможности проставить в ячейке таблицы какие-либо сведения, то в ней следует ставить тире (оставлять ячейку свободной нельзя).

При размещении чисел в графах следует:

- выравнивать по младшему разряду (единицы под единицами, десятки под десятками и т.д.) числовые значения одной величины;
- выравнивать по центру числовые значения неодинаковых величин;
- выравнивать по центру диапазоны значений величин (диапазоны указывают через тире или многоточие), например:

123	125	126–456	126...456	125,5
582	4569	25–1256	25...1256	12,12

Таблицы могут содержать примечания, которые должны быть оформлены в виде отдельной графы или под таблицей. В последнем случае у комментируемого места таблицы ставят сноски (в виде арабских цифр, звездочек и др.)

В тексте можно использовать ссылки не только конкретно на таблицу, но и на отдельную её строку (в строке 3 таблицы 2.1.1., или строка 3 таблицы 2.1.1. показывает...) и на отдельный столбец (в столбце 4 таблицы 2.1.1 показаны...).

Размер шрифта в таблице – 12-й шрифт Times New Roman (но не менее 11 кегля).

Иллюстрации

Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, в том числе структурно-логические, диаграммы, фотоснимки, рисунки) следует располагать в тексте

после их первого упоминания.

Все иллюстрации именуются в тексте рисунками. Нумерация рисунков должна быть сквозной, например, «Рис. 1.1.1.», при этом первая цифра указывает номер главы, а вторая – номер параграфа, третья – номер рисунка.

Название рисунка размещается под ним по центру и должно отображать его содержание. При необходимости в название рисунка возможно включение поясняющих данных. На все иллюстрации в тексте обязательно должны быть ссылки (на рисунке 1.1.1. показаны....).

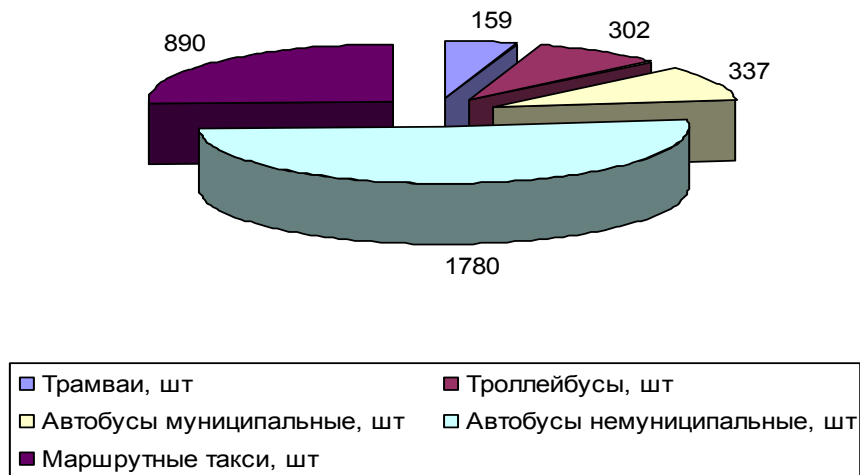


Рис. 1.1.1. Численность автотранспортных средств, задействованных при перевозке пассажиров отчетном году

В магистерской диссертации преимущественно должны отображаться содержательные рисунки (см. пример рис. 1.2.1).

Ссылки и сноски

Любое заимствование из литературного источника (цитирование, заимствование положений, формул, таблиц, отсылка к другому изданию и т.д.) должно иметь ссылку.

В ссылках на структурные части текста магистерской диссертации указывают номера глав и параграфов (со словом «глава», «параграф»), приложений (со словом «приложение»).

Например: «...в соответствии с параграфом 2.1 »; (см. приложение А); «...как указано в приложении А».

Ссылки на таблицы, рисунки, приложения заключаются в круглые скобки. При ссылке на использованный источник рекомендуется сам источник в тексте работы не называть, а в квадратных скобках проставлять номер, под которым он значится в списке, и страницу из этого источника. Например, [23, с. 187]. Если ссылка производится на нормативно-законодательные акты, то указывается только его номер без указания страницы, например [1].

Ссылки в тексте на номер рисунка, таблицы пишут сокращенно и без



Рис.1.2.1. Оценка и устойчивый рост стоимости предприятия в системе управления финансовыми ресурсами

знака «№»: Например: (рис. 1.1.1); (табл. 2.1.1).

Сокращения

При многократном упоминании устойчивых словосочетаний в тексте следует использовать аббревиатуры или сокращения.

Сокращение слов и словосочетаний допускается только по общепринятым ГОСТам.

При первом упоминании слова или словосочетания должны быть приведены полными, а рядом в скобках указывается вариант сокращенного названия или аббревиатура, например: «человеческие ресурсы (ЧР)». При последующих упоминаниях рекомендуется употреблять сокращенный вариант или аббревиатуру.

Общепринятые аббревиатуры и сокращения, установленные государственными стандартами и правилами русской орфографии, допускается ис-

пользовать без расшифровки, например: ЭВМ, НИИ, АСУ, с. (страница), т.е. (то есть) и др.

Список использованных источников

Список использованных источников обязательный и важный элемент магистерской диссертации. Он может составляться в порядке упоминания источников литературы в тексте, по алфавиту или в следующем порядке: :

1. Законодательные акты, директивные и нормативные материалы (законы, постановления правительства, важнейшие инструктивные документы общегосударственного уровня).
2. Статистические источники в хронологическом порядке (официальные сборники, сообщения, обзоры и т.д.).
3. Отечественные и зарубежные работы (многотомные собрания сочинений, книги, монографии, брошюры и т.д.) – в алфавитном порядке.
4. Периодические издания (газеты, журналы) – в алфавитном порядке.
5. Интернет-ресурсы указываются в конце библиографического списка.
6. Издания на иностранном языке.

Описание источников в библиографическом списке должно быть приведено в том виде, в котором оно даётся в использованном источнике.

Примеры библиографического описания приведены в приложении 5.

Приложения

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы. В правом верхнем углу пишется слово «Приложение» и указывается номер (без знака №). Приложения не нумеруются и обозначаются заглавными буквами русского алфавита, кроме букв Е, З, И, О, Ч, Ъ (если используется более одного приложения). Например, Приложение А, Приложение Б и т.д. Если приложение занимает более одной страницы, то на его последней странице пишется «окончание прил. А», а на промежуточных – «продолжение прил. А».

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЗАЩИТЫ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Защита магистерской диссертации – является важным завершающим этапом учебного процесса в университете. К защите магистерской диссертации допускаются студенты, успешно завершившие в полном объеме освоение основной образовательной программы по специальности, разработанной университетом, и успешно прошедшие все другие виды итоговых аттестационных испытаний.

Защита магистерской диссертации проводится на открытом заседании Экзаменационной Комиссии (ЭК) с участием не менее двух третей ее состава и носит публичный характер, где помимо членов комиссии могут присутствовать все желающие, в том числе руководитель дипломной работы.

К защите магистерской диссертации студент-выпускник готовится заранее: готовит доклад, для наглядного представления результатов работы и информационный материал. Доклад должен содержать краткое, но четкое изложение основных положений магистерской диссертации, его не следует

перегружать цифровыми показателями, а привести лишь те, на которые делаются ссылки в информационном материале.

Информационный материал должен быть подготовлен с использованием компьютерных технологий – в виде презентации последовательно представленных электронных слайдов, выводимых на экран компьютера и проецируемых на экран.

Продолжительность защиты одной магистерской диссертации не должна превышать 20 минут.

Процедура защиты магистерской диссертации

Процедура защиты магистерской диссертации на заседании ЭК включает следующие этапы:

1. Выступление (представление) председателя ЭК. Председатель экзаменационной комиссии объявляет фамилию, имя, отчество студента-выпускника, название темы и руководителя магистерской диссертации, оглашает письменный отзыв руководителя. После этого председатель ЭК дает выпускнику слово для защиты магистерской диссертации.

2. Выступление (доклад) выпускника. Выступление (доклад) должно начинаться с обоснования актуальности темы. Далее следует отразить цель, задачи, объект, предмет, методы исследования, а также изложить полученные результаты в обобщенном виде, указать их значимость и возможность использования в коммерческой деятельности организации (предприятия). Желательно, чтобы выпускник излагал основное содержание своей работы свободно, не читая письменного текста.

3. Вопросы членов ЭК и присутствующих. Важный и ответственный момент защиты магистерской диссертации – ответы на вопросы. Вопросы выпускнику задают сразу же после его выступления (как члены комиссии, так и другие присутствующие на защите магистерской диссертации выпускника). Количество вопросов, задаваемых выпускнику при защите работы, не ограничивается.

4. Ответы выпускника на заданные вопросы. Выпускнику предоставляется право отвечать сразу или попросить время на подготовку ответа, используя, по необходимости, свою работу. Ответы на вопросы должны быть краткими, но убедительными, исчерпывающими, теоретически обоснованными, подкрепленными цифровым материалом, если требуется. Выпускнику следует помнить, что ответы на вопросы, их полнота и глубина влияют на оценку по защите магистерской диссертации, поэтому ответы необходимо тщательно продумывать. По ответам на заданные вопросы, умению отстаивать свою точку зрения, ЭК оценивает уровень подготовки выпускника.

Вопросы членов комиссии записываются секретарем в протокол.

5. Обсуждение на закрытом заседании ЭК результатов защиты. Решение об окончательной оценке по защите магистерской диссертации принимается на закрытом заседании экзаменационной комиссии открытым голосованием, простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя.

При равном количестве голосов председатель комиссии (или заместитель председателя) обладает правом решающего голоса.

6. Объявление результатов защиты магистерской диссертации председателем ЭК. Решение объявляется в тот же день после оформления протоколов работы комиссии и основывается на отзыве руководителя, содержании выступлений и ответов выпускников в процессе защиты работ.

Оценка знаний и умений выпускника при защите магистерской диссертации производится комиссией на основе следующих критериев:

- оценка **«отлично»** (90-100 баллов) выставляется выпускнику, глубоко и прочно усвоившему программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логично его излагающему, в ответе которого тесно связываются теория и практика в области торгового дела и коммерческой деятельности. При этом выпускник свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает, что знаком с литературой, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами работы с научной литературой, нормативным материалом.

- оценка **«хорошо»** (75-89 баллов) выставляется выпускнику, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу, излагающему его, не допускающему существенных неточностей в ответах на вопросы, правильно применяющему теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеющему необходимыми знаниями и приемами их выполнения.

- оценка **«удовлетворительно»** (60-74 баллов) выставляется выпускнику, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность изложения программного материала, допускает и испытывает затруднения в выполнении практических работ по данному предмету.

- оценка **«неудовлетворительно»** (меньше 60 баллов) выставляется выпускнику, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно с большим затруднением формулирует ответы на вопросы членов комиссии либо не отвечает на них совсем.

При неудовлетворительной оценке магистерской диссертации комиссия устанавливает, обязан ли выпускник написать магистерскую диссертацию на новую тему, избранную и утвержденную в установленном порядке, или может повторно защищать ту же работу после внесенных в нее исправлений и доработки.

Лучшие магистерские диссертации могут быть рекомендованы комиссией к публикации в виде отдельной статьи или брошюры.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

К защите допустить:
Заведующая кафедрой
«Коммерция и таможенное дело»,
доктор экономических наук, про-
фессор
_____ **Т.В.Белопольская**

« ____ » _____ 2016 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему:

**«МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ПОРТФЕЛЯ ЗАКАЗОВ
ПРОИЗВОДСТВЕННО-КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»**

Направление подготовки

38.04.06 «Торговое дело»

Магистерская программа «Торговое дело (коммерция)»

**Автор
магистерской диссертации**

Антонов Игорь Владимирович

Донецк 2016 г.

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА



1.1. Понятие и сущность мотивации и стимулирования труда

В настоящее время в нашей стране наблюдается кризис труда. Труд перестал быть для многих людей смыслом жизни и превратился в средство выживания. В таких условиях не может идти речи ни о высокопроизводительном и эффективном труде, ни о росте квалификации работников и развитии их инициативы, ни о формировании сильной трудовой мотивации и т.д.

1 отступ

1.2. Теории мотивации



Существует множество подходов к мотивации, которые в той или иной степени получили отражение на практике или же являются результатом изучения реальной деятельности людей.

Основная идея содержательных теорий мотивации – наличие причинно-следственных связей между внутренними психическими состояниями и поведением, к таковым относятся так называемые содержательные теории мотивации иерархия потребностей Абрахама Маслоу, теория потребностей Дэвида Мак Клелланда, двухфакторная концепция Фредерика Герцберга, теория Дугласа Мак Грегора, концепция ERG Клейтона Альдерфера, методика индивидуальных мотиваторов С. Ивановой и т.д.

1 отступ

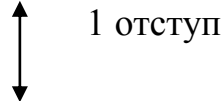
1.3. Методика С. Ивановой по определению индивидуальных мотиваторов

Сейчас почти никого не нужно убеждать в том, что «правильные» люди, мотивированные, обученные, обладающие необходимыми для данной работы и данной организации компетенциями, в очень большой степени определяют успех бизнеса.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
РАЗДЕЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ ТЭК.....	6
1.1. Анализ проблем функционирования и перспектив развития ТЭК на современном этапе развития национальной экономики.....	6
1.2. Особенности управления логистическими процессами ТЭК.....	17
1.3 Концепция управления логистическими процессами ТЭК.....	24
Выводы.....	29
РАЗДЕЛ 2. ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ ТЭК.....	30
2.1 Механизм стратегического и оперативного управления логистическими процессами.....	30
2.2. Управление складскими запасами в цепях поставок топливно-энергетического комплекса.....	40
2.3. Управление цепями поставок угля на уровне торговой компании.....	48
Выводы.....	56
РАЗДЕЛ 3. РЕАЛИЗАЦИЯ КОМПЛЕКСА МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА.....	57
3.1. Анализ существующей практики управления логистическими процессами ТЭК.....	57
3.2. Совершенствование управления цепями поставок в ТЭК на основе аутсорсинга логистических функций	67
3.3. Структура системы поддержки принятия решений в системе управления логистическими процессами ТЭК.....	77
Выводы	87
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	89
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	92
ПРИЛОЖЕНИЯ	97

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ



1. Закон РФ «О внесении изменений в Закон РФ «О системе налогообложения» // Баланс.2007. - № 15.
2. Постановление правительства РФ «О внесении изменений в ставки ввозной пошлины на отдельные виды товаров» от 9 июля 2014 г.// Бизнес.2014.- № 31.
3. Даль В.И. Толковый словарь: Ок. 8000 слов / Под ред. Б.Б. Федосина. - М.: Русский язык, 1990. - 980 с.
4. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка / Т.Ф.Ефремова. - М.: ИНФРА-М, 2005. - 893 с.
5. Лапуста М.Г., Никольский П.С. Современный финансово-кредитный словарь / М.Г. Лапуста, П.С. Никольский. - М.: ИНФПА-М, 2002. – 567 с.
6. **Ожегов С. И.** Словарь русского языка: Ок. 5700 слов / Под ред. Н.Ю. Шведовой. - М.: Русский язык, 1988. - 750 с.
7. Арсенов В.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / **В.В. Арсенов.** – Саратов: изд-во.: СГТУ, 2006. – 234с.
8. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский. – М.: ИНФА-М, 2009. – 400с.
9. Либерман И.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / И.А. Либерман. – М.: РИОР, 2005. – 159 с.
10. Сивкова А.И., Фрадкина Е.К. Практикум по анализу финансово-хозяйственной деятельности / А.И. Сивкова, Е.К. Фрадкина. – Ростов на-Дону.: Феникс, 2011. – 153с.
11. Табурчак П.П. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / П.П. Табурчак, А.Е Викуленко, Л.А. Овчинникова. – Ростов на-Дону.: Феникс, 2012. – 312с.
12. Чуев И.Н., Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / И.Н. Чуев, Л.Н. Чечевицына. – М.: ИНФА-М, 2013. – 276с.
13. Официальный сайт агентства по страхованию вкладов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http. // www.asv.org.ru](http://www.asv.org.ru)
14. Официальный сайт Банка России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http. // www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)
15. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http. // www.gks.ru](http://www.gks.ru)
16. Bodnar O., Yelejko Y. Markov. Decision process in the transition economics / Bodnar O., Yelejko Y. Markov. - International conference «Prediction and decision making under uncertainties», abstracts.: 2007, P. 46 - 48.
17. Lumby, Steve. Investment appraisal and financial decisions / Lumby, Steve. – NN.: 2004.- 450 p.
18. Strategic Financial Management / R.G. Clarke, B. Wilson, R.N Daines, S.D. Nadauld. - Homewood (Ill.): Irwin, 2005, - 203p.

Приложение 6

Таблица 1.1.1

Основные поставщики товаров в ООО «Рассвет» за отчетный год

№ п/п	Наименование поставщика	Поставляемые товары	Специализация	Местонахождение	Объем поставок, тыс. руб.	Удельный вес в общем объеме поставок в %
1	2	3	4	5	6	7
1.	ООО «Кока-Кола»	безалкогольные напитки	производитель	местный		
2.	ООО «Гул-ливер»	мороженое	производитель	местный		
3.	ОАО «Сибирячка»	кондитерские изделия	производитель	местный		
4.	ООО «Септима Сибирь»	алкогольная продукция	посредник	местный		
5.	ООО «Вита»	макаронные изделия	посредник	иностраный		
6.	ООО «Злато»	жировые товары	посредник	иностраный		
7.	ТД «Сибирь»	сахаристые кондитерские изделия, алкогольные, безалкогольные напитки	посредник	местный		
8	и т.д.					
	ИТОГО	-	-	-	сумма	100

Приложение 7

Таблица 1.1.2

Структура ассортимента товаров в ООО «Рассвет» по объему продажи товаров за отчетный год

№ п/п	Группа товаров	Объем продаж, тыс. руб.	Уд. вес группы товаров в объеме продаж в разрезе отделов, %	Уд. вес группы товара в общем объеме продаж магазина, %
1	2	3	4	5
Мясной отдел				
1.	Птица, мясные полуфабрикаты			
2.	Рыба свежемороженая			
3.	Масло растительное			
	Итого	сумма	100	
Молочный отдел				
4.	Молоко			
5.	Кисломолочные товары			
6.	Сыры			
	Итого	сумма	100	
Бакалейно-кондитерский отдел				
7.	Чай, кофе			
8.	Макаронные изделия			
9.	Кондитерские изделия			
	Итого	сумма	100	
	ВСЕГО	сумма	-	100

Приложение 8

Таблица 1.1.3

Показатели уровня товарных запасов в днях и товарооборот
в числе оборотов по магазину «Светлячок» за анализируемые годы

Год	Оборот розничной торговли, тыс. руб.	Товарный запас на конец периода тыс. руб.	Уровень товарных запасов, в днях	Товарооборот, в числе оборотов
1	2	3	4	5
1-й год				
2-й год				
3-й год				
4-й год				
5-й год				

Приложение 9

Таблица 1.1.4

Пример расчета рейтинга поставщика

Критерий выбора поставщика	Удельный вес критерия	Оценка критерия по десятибалльной шкале у данного поставщика	Произведение удельного веса критерия на оценку
1	2	3	4
1. Цена			
2. Качество товара			
3. Условия платежа			
4. Надежность поставки			
5. Возможность внеплановых поставок			
6. Финансовое состояние поставщика и т.д.			
Итого	1,0	-	

Таблица 1.1.5

Пример балльной методики выбора поставщика

Наименование предприятия	Цена за ед.	Условия оплаты	Минимальная норма отгрузки	Периодичность поставки	Условия поставки	и т.п.	Сумма баллов
1	2	3	4	5	6	7	8
Предприятие №1, юр. адрес							
Предприятие №2, юр. адрес							
и т.д.							

Система балльной оценки: 4 балла – по данному критерию поставщик полностью удовлетворяет требованиям покупателя; 3 балла – поставщик в основном соответствует требованиям покупателя; 2 балла – частичное удовлетворение требований покупателя по данному критерию; 1 балл – полная неприемлемость поставщика для предприятия покупателя.

Приложение 10

Таблица 1.1.6

Основные покупатели готовой продукции ПАО Шоколадная фабрика
«Ласточка», за отчетный год

№ п/п	Покупатели	Поставляемые товары	Местонахождение покупателя	Тип покупателя	Объем поставок (реализации), тыс. руб.	Удельный вес в объеме поставок, %
1.	ООО «Шоколадка»	кондитерские изделия в ассортименте	г. Запорожье	розничный фирменный магазин		
2.	ПАО «АВК»	кондитерские изделия в ассортименте	г. Донецк	оптовая организация		
3.	ООО «Запад»	наборы кондитерских изделий	г. Луганск	розничная торговая организация		
4.	и т.д.					
	ИТОГО	-	-	-	сумма	100

Приложение 11

Таблица 1.1.7

Основные показатели эффективности коммерческой деятельности оптовой
(розничной) торговой организации (предприятия)

№ п\п	Показатели	Ед. изм.	Годы		Отклонение	
			преды- дущий	отчет- ный	в сумме	в %
1	2	3	4	5	6	7
1.	Оборот оптовой (рознич- ной) торговли	тыс.руб.				
2.	Валовой доход	тыс.руб.				
3.	Валовой доход в % к обо- роту	%			-	
4.	Издержки обращения	тыс.руб.				
5.	Уровень издержек обраще- ния	%				
6.	Прибыль от реализации	тыс.руб.				
7.	Рентабельность	%				
8.	Средние товарные запасы	тыс.руб.				
9.	Уровень товарных запасов	дни				
10.	Товарооборачиваемость	обороты				
11.	Оборот торговли на 1 кв м торговой площади	руб.				
12.	Прибыль на одного работ- ника организации	руб.				

**Примерная тематика магистерских диссертаций по направлению 38.04.06
«Торговое дело»**

1. Интеграция и концентрация в торговле: экономические особенности, специфика управления.
2. Экономические методы управления торговыми сетевыми структурами.
3. Экономико-математическое моделирование хозяйственной деятельности в организациях торговли по закупке и продаже потребительских товаров.
4. Оценка экономической эффективности деятельности организации оптовой торговли.
5. Финансовая устойчивость торговой структуры: методы определения и прогнозирования.
6. Организационно-экономическая характеристика хозяйственной деятельности оптовых торговых организаций.
7. Экономические предпосылки и причины развития франчайзинга в торговле.
8. Методы прогнозирования конъюнктуры, применяемые торговыми структурами.
9. Торговый ассортимент: его формирование организациями розничной и оптовой торговли.
10. Методы закупки и продажи товаров организациями розничной торговли.
11. Механизм формирования системы закупочной деятельности организациями розничной торговли.
12. Оптимизация системы закупки товаров и их реализации на базе использования информационных технологий.
13. Электронная торговля в ДНР (на примере торговой организации).
14. Формирование механизма управления товарными ресурсами торговых организаций: принципы системы управления.
15. Проектирование бизнес-процессов и организационных систем торговыми структурами.
16. Влияние инноваций на экономическую эффективность деятельности организации оптовой (розничной) торговли.
17. Обратные средства и повышение экономической эффективности их применения торговыми структурами.
 18. Бизнес-план торговой организации: его роль и значение.
 19. Лизинг в торговле и его оценка.
 20. Факторинг: экономическая характеристика его применения в торговле.

21. Кредитование деятельности в торговле.
22. Потребительское кредитование и его роль в торговле.
23. Экономическая эффективность использования материально-технической базы сетевыми торговыми организациями.
24. Оптимизация величины доходов и расходов в торговых структурах.
25. Издержки обращения и их рационализация в торговле.
26. Специализация и её влияние на эффективность хозяйственной деятельности торговых организаций.
27. Торгово-технологические процессы и их особенности в сетевой торговле.
28. Планировка в торговых организациях и её влияние на эффективность управления.
29. Управление торгово-технологическими процессами в организациях розничной торговли.
30. Специализация и типизация в торговле.
31. Основные направления совершенствования торгово-технологических процессов в розничной (оптовой) торговле.
32. Конкурентные преимущества сетевой торговли.
33. Качество обслуживания в торговле и его оценка.
34. Системы налогообложения предприятий в торговле и их особенности.
35. Бизнес-планирование деятельности в торговом бизнесе
36. Ликвидность торговых организаций и методы её оценки.
37. Предпринимательские риски в сфере торговли: оценка и управление.
38. Конкурентоспособность торговой организации: методы её оценки и прогнозирования.
39. Нематериальные активы и повышение эффективности их использования в торговле.
40. Ценообразование, как элемент конкурентоспособности в торговле.
41. Организация и управление закупочно-сбытовой деятельностью торговых структур.
42. Стратегии организации рекламной деятельности в организациях торговли и оценка их эффективности.
43. Направления государственного регулирования торговой деятельности и оценка их эффективности
44. Информационные системы в торговых организациях и их влияние на эффективность управления.
45. Оптимизация делопроизводства торговой организации.
46. Категорийный менеджмент и его влияние на функционирование торговой компании.
47. Создание и функционирование торговых кластеров
48. Потенциал развития торговой структуры и методы его определения