

Министерство транспорта Российской Федерации
Федеральное агентство железнодорожного транспорта
Омский государственный университет путей сообщения

И. В. Катунина, Г. Г. Левкин, Е. Л. Безрукова

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ
К ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «*Коммерция (торговое дело)*»

Утверждено редакционно-издательским советом университета

Омск 2009

УДК 339 (075.8)

ББК 65.42Я73

К 29

Методические указания по подготовке студентов к государственной итоговой аттестации по специальности «Коммерция (торговое дело)» / И. В. Катунина, Г. Г. Левкин, Е. Л. Безрукова; Омский гос. ун-т путей сообщения. Омск, 2009. 30 с.

Издание содержит порядок подготовки и проведения государственных аттестационных испытаний по специальности 080301.65 (351300) – «Коммерция (торговое дело)», квалификационные требования к выпускникам, программу государственного экзамена по специальности, требования к содержанию и структуре выпускной квалификационной работы.

Предназначены для студентов, обучающихся по специальности 080301.65 (351300) – «Коммерция (торговое дело)».

Библиогр.: 6 назв. Табл. 2. Прил. 1.

Рецензенты: доктор экон. наук, профессор С. М. Хаирова;
доктор экон. наук, профессор В. П. Шпалтаков.

© Омский гос. университет
путей сообщения, 2009

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	5
1. Содержание государственных испытаний.....	6
1.1. Порядок проведения государственной итоговой аттестации	6
1.2. Квалификационные требования к выпускникам по специальности 080301.65 (351300)– «Коммерция (торговое дело)»	6
2. Требования к выпускнику, предъявляемые в ходе государственного экзамена	11
2.1. Вопросы, выносимые для проверки на государственном экзамене ..	11
2.2. Литература для подготовки к государственному экзамену Ошибка!	16
2.3. Проведение государственного экзамена Ошибка! Закладка не опр	18
3. Требования к выпускной квалификационной работе Ошибка! Закладка	20
3.1. Цель и содержание выпускной квалификационной работы Ошибка	20
3.2. Структура выпускной квалификационной работы Ошибка! Заклад	23
4. Организация выполнения выпускной квалификационной работы Ошиб	29
5. Защита выпускной квалификационной работы Ошибка! Закладка не о	31
Библиографический список..... Ошибка! Закладка не опред	33
Приложение. Пример оформления титульного листа выпускной квали- фикационной работы..... Ошибка! Закладка не опред	34

ВВЕДЕНИЕ

Государственная аттестация является важным этапом обучения студента любой специальности, поскольку направлена на выявление его профессионального уровня, знаний, умений и навыков. Государственная аттестация подводит итог всей работы студента на протяжении пяти лет.

Государственная аттестация должна показать, что студент овладел методологией исследования проблем коммерческой деятельности, в полном объеме усвоил основной материал изученных дисциплин. В процессе государственной аттестации студент доказывает, что он умеет самостоятельно разбираться в проблематике современной коммерции, овладел навыками работы с научными и учебными материалами российских и зарубежных авторов, умеет применять полученные знания для решения конкретных научных и практических проблем, формулировать и аргументировать собственную позицию в их решении.

Настоящие методические указания содержат порядок подготовки и проведения государственных аттестационных испытаний по специальности 080301.65 (351300) – «Коммерция (торговое дело)», квалификационные требования к выпускникам.

В методических указаниях приводятся программа государственного экзамена по специальности: перечень основных учебных дисциплин образовательной программы, обеспечивающих получение соответствующей профессиональной подготовленности выпускника; вопросы, выносимые на проверку в процессе государственного экзамена; основная учебная литература для подготовки к экзамену.

В методических указаниях приведены требования к содержанию и структуре выпускной квалификационной работы, перечислены примерные темы работ.

Методические указания помогут студентам пятого курса подготовиться к государственному экзамену по специальности, выбрать тему выпускной квалификационной работы, выполнить и успешно защитить ее.

1. СОДЕРЖАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ИСПЫТАНИЙ

1.1. Порядок проведения государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация студентов по специальности 080301.65 (351300) – «Коммерция (торговое дело)» – Омского государственного университета путей сообщения проводится в соответствии с законом РФ № 125-ФЗ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» от 22.08.96.

Государственным образовательным стандартом по специальности 080301.65 (351300) – «Коммерция (торговое дело)», утвержденным Минобразованием России 23 марта 2000 г. (регистрационный № 203 мжд/сп), предусмотрена государственная аттестация выпускников в виде защиты выпускной квалификационной работы (ВКР) и государственного экзамена.

К государственной итоговой аттестации допускаются студенты, завершившие полный курс обучения, успешно выполнившие все требования учебного плана.

Для проведения аттестации приказом по ОмГУПСу формируется государственная аттестационная комиссия (ГАК). В состав комиссии включаются ведущие преподаватели кафедры «Менеджмент и маркетинг», представители деканата ИМЭКа (института на правах факультета), а также представители компаний – потенциальных потребителей выпускников.

Государственный экзамен по специальности проводится до защиты выпускной квалификационной работы на отдельном заседании ГАК. Студенты, получившие неудовлетворительную оценку на государственном экзамене по специальности, к защите выпускной квалификационной работы не допускаются.

Успешная защита выпускной квалификационной работы служит основанием для решения государственной аттестационной комиссии о присвоении выпускнику квалификации «специалист коммерции». Комиссия вправе рекомендовать студентов, блестяще выполнивших и защитивших выпускную квалификационную работу, для поступления в аспирантуру.

1.2. Квалификационные требования к выпускникам по специальности 080301.65 (351300) – «Коммерция (торговое дело)»

Специалист коммерции – это специалист по организации процессов, связанных с куплей-продажей, обменом и продвижением товаров от произво-

дителей к потребителям с целью удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли.

Областью профессиональной деятельности специалиста коммерции является сфера товарного обращения.

Объектами коммерции, как профессиональной деятельности выпускников, являются товары. Под товаром следует понимать продукцию отраслей материального и нематериального производства, поступившую на рынок для купли-продажи или обмена (потребительские товары, товары производственно-технического назначения, услуги, недвижимость, ценные бумаги, кредиты, духовно-информационный, интеллектуальный продукт и т. д.).

Выпускник должен быть подготовлен к выполнению следующих видов профессиональной деятельности: коммерческо-организационная, научно-исследовательская, проектно-аналитическая.

Конкретные виды деятельности определяются содержанием образовательной профессиональной программы, разрабатываемой вузом.

Выпускники могут в установленном порядке работать в образовательных учреждениях.

Специалист коммерции должен быть подготовлен к решению следующих профессиональных задач:

а) коммерческо-организационная деятельность:

выбор товаров и формирование товарного ассортимента, подбор покупателей и поставщиков;

планирование и организация процессов закупки и продаж товаров;

организация коммерческих взаиморасчетов;

организация товародвижения и создание системы стимулирования сбыта;

управление товарными запасами;

б) научно-исследовательская деятельность:

исследование и анализ товарных рынков;

исследование ассортимента и конкурентоспособности товаров;

исследование и моделирование бизнес-технологий;

анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности;

исследование информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности с целью ее оптимизации;

в) проектно-аналитическая деятельность:

проектирование информационного обеспечения коммерческой деятельности;

прогнозирование конъюнктуры товарных рынков;
 прогнозирование и проектирование номенклатуры товаров;
 прогнозирование и разработка стратегии коммерческой деятельности предприятия на товарном рынке;

проектирование процессов продвижения и реализация товаров на рынке;
 прогнозирование результатов коммерческой деятельности предприятия.

Для оценки соответствия требованиям к профессиональной подготовленности выпускника, необходимым для выполнения им профессиональных функций, проводятся соответствующие виды государственных аттестационных испытаний (табл. 1).

Таблица 1

Требования к профессиональной подготовленности выпускника и соответствующие виды государственных аттестационных испытаний

Требования к профессиональной подготовленности выпускника	Вид аттестационного испытания		Примечание
	государственный экзамен	защита ВКР	
1	2	3	4
Знать:			
основы гуманитарных, социально-экономических, математических и естественнонаучных дисциплин для решения профессиональных, социальных, научных и педагогических задач			Текущая аттестация
информационно-методическое обеспечение коммерческой деятельности	+	+	
методы исследования, анализа и прогнозирования товарных рынков и товарного ассортимента	+	+	
особенности моделирования бизнес-технологий	+	+	

1	2	3	4
технологии формирования товарного ассортимента и способы ее оптимизации	+	+	
процесс закупки товаров: источники поставок товаров, системы выбора поставщиков, порядок заключения и исполнения договоров купли-продажи	+	+	
порядок оформления заказов и расчетов с поставщиками	+	+	
методы определения объемов закупок и поставок товаров и способы их доставки	+	+	
нормативно-правовые документы, регламентирующие правила транспортирования, приемки, складирования, хранения, реализации товаров и предоставления сервисных услуг	+	+	
составляющие системы товародвижения, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек обращения	+	+	
виды товарных запасов, пути их формирования, учет и контроль, методы планирования, оптимизации и управления	+	+	
формы и методы продажи товаров, определение и прогнозирование ее объема	+	+	
торгово-технологические процессы в коммерческой деятельности, особенности их организации и управления ими	+	+	
организационную структуру предприятия, порядок взаимодействия коммерческой службы с другими подразделениями	+	+	

1	2	3	4
методы определения и способы обеспечения эффективности коммерческой деятельности предприятия	+	+	
виды коммерческих проектов и инноваций, порядок их разработки и использования для развития коммерческой деятельности	+	+	
Уметь:			
создавать информационную базу для организации коммерческой деятельности		+	
формировать товарный ассортимент	+	+	
организовать работу с поставщиками и покупателями		+	
организовать процессы купли-продажи и обмена товаров и управлять ими		+	
управлять товарными запасами	+	+	
анализировать коммерческую деятельность и определять ее эффективность		+	
моделировать и проектировать коммерческую деятельность			Текущая аттестация

2. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНИКУ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ В ХОДЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

2.1. Вопросы, выносимые для проверки на государственном экзамене

Государственный экзамен представляет собой итоговый междисциплинарный экзамен по специальности. Перечень основных учебных дисциплин образовательной программы, обеспечивающих получение соответствующей профессиональной подготовленности выпускника, проверяемых в процессе государственного экзамена, приводится в табл. 2.

Таблица 2

Перечень дисциплин образовательной программы, проверяемых в процессе государственного экзамена

Требования к профессиональной подготовке выпускника	Дисциплины образовательной программы
Знание и понимание экономической теории, основ менеджмента и маркетинга, понятие коммерческой деятельности, организации и управления процессами товародвижения и продажи товаров	Экономическая теория, Основы менеджмента, Основы коммерческой деятельности, Основы маркетинга
Знание и понимание концепции коммерческой деятельности и современных проблем ее практического использования	Товароведение и экспертиза товаров, Организация, технология и проектирование предприятий, Коммерческая инновация, Стратегическое планирование коммерческой деятельности, Экономика предприятия
Овладение конкретными знаниями по решению проблем эффективности коммерческой деятельности	Коммерческая логистика, Организация и технология внешнеторговых операций, Стандартизация, Метрология и сертификация, Электронная коммерция, Организация коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения), Страхование

Знание правовых основ коммерческой деятельности	Коммерческое право, Защита прав потребителей
Знание основ маркетинговой деятельности	Маркетинговые коммуникации, Рекламный менеджмент

Государственный экзамен по специальности проводится в виде ответов выпускника на вопросы, представленные в экзаменационном билете.

Экзаменационные билеты по своему содержанию соответствуют учебным программам дисциплин общепрофессиональной и специальной подготовки. Билет состоит из трех вопросов из программ различных дисциплин. Вопросы ориентированы на проверку теоретической подготовки выпускника.

Пример экзаменационного билета:

Билет № ____

- 1.
- 2.
- 3.

Перечень вопросов, выносимых для проверки на государственном экзамене (программа государственного экзамена).

1. Основы функционирования рыночного механизма. Виды рынков.
2. Глобализация экономических процессов.
3. Государственное регулирование рынка.
4. Макроэкономическое равновесие и проблемы его поддержания. Инфляция.
5. Макроэкономическая нестабильность и ее основные формы.
6. Совокупный спрос и совокупное предложение, рыночное равновесие.
7. Диверсификация, концентрация и централизация производства.
8. Роль финансовой, кредитной и фискальной систем в общественном воспроизводстве. Деньги, их функции, агрегаты.
9. Организация как система управления, жизненный цикл и типы организации.
10. Решения в менеджменте: требования к решениям, этапы принятия, оценка эффективности.
11. Функции менеджмента: сущность и взаимосвязь.
12. Виды организационных структур управления.

13. Международная торговля. Условия торговли на мировом рынке.
14. История развития коммерции в России.
15. Коммерческо-посредническая деятельность. Виды коммерческих посредников.
16. Организация и проведение деловых переговоров.
17. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга.
18. Классификация и кодирование товаров. Использование классификации и кодирования во внешней и во внутренней торговле.
19. Потребительские свойства товаров.
20. Виды и формы информации о товарах.
21. Контроль качества товаров в оптовой и розничной торговле. Претензионная работа.
22. Ассортимент товаров: виды, свойства, показатели, методы формирования и управления.
23. Торгово-технологический процесс. Особенности его организации и управления.
24. Товародвижение: понятие, цель, основные участники и факторы, определяющие рациональность процесса.
25. Основные методы оценки рисков в коммерческой деятельности.
26. Управление инновационными проектом. Российские и международные стандарты.
27. Стратегическое планирование коммерческой деятельности.
28. Стратегия, классификация стратегий.
29. Организационно-правовые формы предприятий.
30. Затраты и себестоимость продукции и услуг. Структура затрат и их оптимизация.
31. Материальные потоки в сфере товарного обращения.
32. Задачи и функциональные области коммерческой логистики.
33. Информационные технологии в логистике.
34. Логистика закупок.
35. Транспортное обеспечение логистики.
36. Организация складирования и хранения товаров. Методы оптимизации.
37. Базисные условия поставки ИНКОТЕРМС–2000.
38. Основная транспортная документация во внешнеэкономических связях.
39. Характер внешнеторговой операции и ее виды.
40. Основы стандартизации, метрологии и сертификации.
41. Электронная торговля в современном мире.

42. Организация коммерческого бизнеса в Интернете.
43. Правовое обеспечение электронной торговли.
44. Особенности формирования регионального потребительского рынка.
45. Организация коммерческой деятельности на предприятиях сферы услуг.
46. Организация коммерческой деятельности в сфере оказания консалтинговых услуг.
47. Коммерческая деятельность по закупке товаров у поставщиков.
48. Организация коммерческой деятельности на предприятиях промышленного производства. Издержки производства.
49. Организация коммерческой деятельности на предприятиях агропромышленного сектора экономики.
50. Организация коммерческой деятельности в сфере рекламных и маркетинговых услуг.
51. Организация коммерческой деятельности на предприятиях оптовой торговли.
52. Особенности организации коммерческой деятельности на сетевых торговых предприятиях (ритейле).
53. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью торгово-посреднических структур.
54. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью торговых предприятий формата гипермаркета.
55. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью торговых предприятий формата дискаунтера.
56. Формирование и планирование товарных запасов, виды товарных запасов.
57. Организация оказания торговых услуг покупателям в розничной торговле.
58. Особенности организации коммерческой деятельности предприятий общественного питания.
59. Организация и развитие деятельности выставок и ярмарок.
60. Якорные арендаторы и их значимость при организации деятельности торгового предприятия.
61. Современные форматы объектов розничной торговли.
62. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия.
63. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности торговых предприятий.
64. Стратегия и политика ценообразования товаров в коммерческой деятельности торговых предприятий.

65. Конъюнктура на рынке потребительских товаров и ее влияние на коммерческую деятельность предприятия розничной торговли
66. Управление ассортиментом товаров на предприятии розничной торговли
67. Формы и методы розничной продажи потребительских товаров, их содержание и эффективность.
68. Удельные показатели эффективности коммерческой деятельности предприятий розничной торговли. Торговые издержки.
69. Анализ коммерческой деятельности предприятия на рынке товаров.
70. Содержание и методы стратегического планирования коммерческой деятельности.
71. Инновации в организации и технологии коммерции.
72. Торговое обслуживание покупателей и основные элементы, определяющие его уровень.
73. Управление коммерческой работой на предприятии розничной торговли.
74. Правовые отношения субъектов коммерческой деятельности с органами государственной власти и управления.
75. Общие положения договора купли-продажи.
76. Основные положения закона о защите прав потребителей.
77. Права потребителя при обнаружении в товаре недостатков.
78. Права и обязанности изготовителя (исполнителя, продавца) в области установления срока службы, срока годности товара (работы), а также гарантийного срока на товар (работу).
79. Обязанность изготовителя обеспечить возможность ремонта и технического обслуживания товара.
80. Право потребителя на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах).
81. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации.
82. Статистическая обработка коммерческой информации.
83. Анализ и оценка маркетинговой среды бизнеса.
84. Разработка стратегии макросегментации рынков организации.
85. Разработка стратегии микросегментации рынков организации.
86. Стратегии позиционирования организации (продукта) на рынке.
87. Служба сбыта на предприятии, ориентированном на маркетинг.
88. Модель потребительского поведения. Реклама как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций.

89. Законодательство о рекламе: Международный и Российский кодексы рекламы; закон РФ «О рекламе»; кодексы IPRA.
90. Основные тенденции развития рекламной деятельности в современном обществе.

2.2. Литература для подготовки к государственному экзамену

- 1) Акулич И. Л. Маркетинг: Учебное пособие / И. Л. Акулич, И. З. Герчиков. Минск: Интерпрессервис, Мисанта, 2003. 396 с.
- 2) Алексунин В. А. Маркетинг: краткий курс: Учебное пособие / В. А. Алексунин. М.: Дашков и К°, 2003. 189 с.
- 3) Баканов М. Экономический анализ в торговле / М. Баканов. М.: Финансы и статистика, 2006. 400 с.
- 4) Брагин Л.А., Организация коммерческой деятельности. 3-е изд. / Л. А. Брагин, С.С. Шипилова, И.Б. Стукалова. М.: ИЦ Академия, 2007. 176 с.
- 5) Виноградова С.Н., Организация и технология торговли: учебник / С.Н. Виноградова. М.: Высшая школа, 2005. 479 с.
- 6) Гаджинский А. М. Логистика: Учебник / А. М. Гаджинский. М.: Маркетинг, 2002. 407 с.
- 7) Дашков Л. П. Коммерция и технология торговли / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчянц: Учебник. М.: Дашков и К°, 2004. 698 с.
- 8) Джонс Р. Оздоровление розничной торговли / Р. Джонс, Д. Мерфи - М.: Баланс Бизнес Букс, 2005. 288 с.
- 9) Дион Дж. Розничная торговля: Как открыть собственный магазин. 2-е изд. / Дж. Дион. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 211 с.
- 10) Дубровин И.А. Организация производства на предприятии торговли. Учебное пособие / И.А. Дубровин. М.: КноРус, 304 с.
- 11) Егоров И.В. Теория и практика управления товарными системами / И.В. Егоров. М.: Дашков и К°, 2006. 308 с.
- 12) Иванов Г.Г. Организация и технология коммерческой деятельности / Г.Г. Иванов. М.: ACADEMIA, 2008. 240 с.
- 13) Кардашин Л.И. Основы технологии товародвижения и организации торговли: Учебное пособие. М.: Юнити-дана, 2003. 133 с.

- 14) Киселева Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения / Е.Н. Киселева, О. Г. Буданова. М.: Вузовский учебник, 2008. 192 с.
- 15) Кислов Д.В. Организация и ведение бизнеса в сфере торговли и услуг / Д.В. Кислов, Б.Е. Башилов. М.: Вершина, 2007. 264 с.
- 16) Ковалев В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. М.: Проспект, 2004. 421 с.
- 17) Козачук Н. Особенности коммерческого предпринимательства в торговле (Мир бизнеса) // Маркетинг, 2001. №1. С. 73-81.
- 18) Комкова Е., Товарный портфель и управление закупками в рознице / Е. Комкова. СПб.: Питер, 2008. 352 с.
- 19) Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность: Учебник / Т.Л. Короткова. М.: Финансы и статистика, 2007. 416 с.
- 20) Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. М.: Вильямс, 2004. 943 с.
- 21) Крылова Г. Д. Маркетинг: Теория и практика: Учебник / Г. Д. Крылова. М.: Юнити-дана, 2004. 655 с.
- 22) Минько Э.В. Основы коммерции: Учебное пособие / Э.В. Минько. М.: Юнити, 2007. 512 с.
- 23) Ньюмен Э. Розничная торговля: организация и управление / Э. Ньюмен. СПб.: Питер, 2005. 416 с.
- 24) Памбухчиянц О.В. Организация коммерческой деятельности. 5-е изд., перераб. и доп: Учебник / О.В. Памбухчиянц. М.: Дашков и К°, 2008. 448 с.
- 25) Памбухчиянц О.В. Пособие для продавца продовольственных товаров / О. В. Памбухчиянц. М.: Дашков и К°, 2008. 316 с.
- 26) Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность (11-е издание): Учебник / Ф.Г. Панкратов. М.: Дашков и К°, 2008. 500 с.
- 27) Пигунова О.В. Стратегия коммерческой деятельности предприятия розничной торговли / О. В. Пигунова, О. Г. Аниськова. М.: Маркетинг, 2002. 117 с.
- 28) Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева. М.: Инфра-М, 2008. 248 с.
- 29) Райкова, Е.Ю. Теория товароведения / Е.Ю. Райкова, Ю.В. Додонкин. М.: Мастерство, 2002. 240 с.

- 30) Санкина Л.В. Деловая переписка в коммерческой организации / Л. В. Санкина, Т. А. Быкова. М.: МЦФЭР, 2004. 255 с.
- 31) Синяева И.М. Коммерческая деятельность в сфере товарного обращения: учебник для вузов / И.М. Синяева. М.: Юнити, 2005. 368 с.
- 32) Ходыкин А. П. Товароведение непродовольственных товаров [Текст] : учебник / А. П. Ходыкин [и др.]. М.: Дашков и К, 2006. 539 с.
- 33) Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник / М.: Инфра-М, 2003. 543 с.
- 34) Фатхутдинов Р. А. Организация производства: Учебник / Р. А. Фатхутдинов. М.: Инфра-М, 2005. 528 с.
- 35) Ферни Дж. Принципы розничной торговли / Дж. Ферни. М.: Олимп-Бизнес, 2008. 416 с.
- 36) Царёв В. И. Эстетика и дизайн непродовольственных товаров: Учебное пособие / В. И. Царёв. М.: Академия, 2004. 224 с.

Указанная литература является минимально необходимой для подготовки к экзамену. Помимо нее студентам рекомендуется пользоваться конспектами лекций, прочитанных по соответствующим разделам, и литературой, указанной в рабочих программах соответствующих дисциплин.

2.3. Проведение государственного экзамена

Прием экзамена осуществляет государственная экзаменационная комиссия (ГЭК), утвержденная ректором ОмГУПС.

Перечень вопросов, выносимых для проверки на государственном экзамене (программа государственного экзамена), доводится до сведения студентов не позднее чем за месяц до дня проведения экзамена. Преподаватели кафедры «Менеджмент и маркетинг» организуют консультации студентам, на которых доводят до сведения студентов процедуру проведения экзамена и отвечают на вопросы, возникающие при повторении разделов дисциплин.

Форма проведения экзамена предполагает выступление студентов перед ГЭКом в течение 10 – 15 мин по вопросам, сформулированным в билете. Члены ГЭКа задают вопросы после окончания выступления студента.

Оценка знаний выпускника в процессе государственного экзамена проводится по следующим критериям.

1. Знание сущности понятий, представленных в вопросе билета. Умение определить эти понятия – сформулировать определения, используя общепрофессиональную и специальную лексику.

2. Умение показать связи между понятиями, представленными в вопросе билета, ответив на вопрос по существу.

3. Умение логически построить свой ответ, изложить материал по плану. Показать способность к анализу и синтезу информации в области профессиональных знаний. Умение классифицировать и группировать объекты и предметы профессиональной деятельности, отраженные в вопросе билета. Способность дать развернутый аргументированный ответ.

4. Умение иллюстрировать суждения примерами из отечественной и мировой практики ведения коммерции, логистики и маркетинга; демонстрировать профессиональный кругозор – знание состояния макросреды ведения коммерции и маркетинга в России и за рубежом.

5. Способность ориентироваться в проблемных областях специальности и в междисциплинарных областях знаний; умение конкретно и по существу отвечать на дополнительные вопросы.

Оценка «отлично» ставится, если ответ студента соответствует всем указанным требованиям (критерии 1 – 5) в полной мере.

Оценка «хорошо» ставится, если ответ студента в основном соответствует требованиям 1 – 5 или полностью – требованиям 1 – 4.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если ответ студента в основном соответствует требованиям 1 – 3.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если ответ на вопросы билета в основном не соответствует требованиям 1 – 3.

Итоговая оценка выставляется как среднее арифметическое из всех оценок, выставленных каждым членом ГЭКа.

В случае разделения мнений между членами ГЭКа о выставлении той или иной оценки поровну ставится та оценка, которую поддержал председатель комиссии.

Результаты экзамена доводятся до студента сразу после закрытого заседания экзаменационной комиссии.

3. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

3.1 Цель и содержание выпускной квалификационной работы

Выполнение выпускной квалификационной работы – завершающий этап обучения по специальности 080301.65 (351300) – «Коммерция (торговое дело)».

Выпускная квалификационная работа является самостоятельной работой студента, составной частью итоговой государственной аттестации.

Цель выпускной квалификационной работы – углубление, специализация и развитие профессиональных знаний в области коммерции путем их использования в системном решении практических проблем торговли.

Выпускная квалификационная работа должна решать задачи анализа коммерческой деятельности предприятия, разработки комплекса проектных предложений по организации и реализации задач оптимизации коммерческой деятельности, а также экономической оценки проектных предложений.

Основные требования к выпускной квалификационной работе:

целевая направленность результатов проектных предложений на повышение эффективности деятельности компаний;

соответствие предлагаемых проектных решений целям и тенденциям развития организации;

предметность, действенность и конкретность выводов и предложений;

соответствие уровня разработки темы работы современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, представленных в специальной литературе, а также практическому состоянию изучаемой проблемы.

Темы выпускных квалификационных работ должны соответствовать спектру профессиональных задач специалиста коммерции. В качестве тем выпускных квалификационных работ выбираются решения практических задач компаний и организаций, рассматриваемые в специальных дисциплинах учебного плана специальности 080301.65 (351300) – «Коммерция (торговое дело)»: «Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения», «Основы коммерческой деятельности», «Коммерческая логистика», «Товароведение и экспертиза товаров», «Маркетинговые исследования», «Организация, технология и проектирование предприятий», «Организация коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения)».

Базами выполнения выпускных квалификационных работ служат производственные, исследовательские, сервисные, торговые, консалтинговые и другие организации, являющиеся местами будущей работы студентов-коммерсантов.

Темы выпускных квалификационных работ определяются кафедрой «Менеджмент и маркетинг» с учетом запросов организаций – баз практики и профессиональных интересов студентов. Ежегодно из списка исключаются темы, потерявшие актуальность, и включаются новые, определяющие тенденции развития коммерческой деятельности в России и за рубежом. Студентом или организацией может быть предложена собственная тема. В этом случае она должна быть согласована с руководителем и должна отвечать общей направленности специальных курсов.

Тематика выпускных квалификационных работ ежегодно утверждается на заседании кафедры и доводится до студентов не менее чем за месяц до начала преддипломной практики.

Перечень базовых тем выпускных квалификационных работ приведен ниже. Выбранная тема требует уточнения применительно к конкретной организации, сферы коммерческой деятельности и к другим существенным параметрам.

1. Формирование регионального товарного рынка.
2. Основные направления развития розничной (оптовой) торговли Омской области.
3. Значение анализа коммерческой деятельности в обеспечении экономической стабилизации торгового предприятия.
4. Эффективность использования полочного пространства розничного торгового предприятия.
5. Пути повышения эффективности коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
6. Особенности деятельности розничного торгового предприятия в сельской местности.
7. Формирование и совершенствование ассортимента розничного торгового предприятия.
8. Техническое оснащение торгового предприятия на основе современных тенденций совершенствования торгового оборудования.
9. Организация мерчендайзинга в розничном торговом предприятии.
10. Дистрибуция как система эффективной сбытовой политики предприятия.
11. Анализ товарооборота торгового предприятия и пути его совершенствования.

12. Роль импульсных покупок в формировании товарооборота розничных торговых предприятий.
13. Персонал торгового предприятия и повышение эффективности его деятельности.
14. Оптимизация кадрового состава розничного торгового предприятия.
15. Основные принципы мотивации трудовой деятельности персонала розничного торгового предприятия.
16. Использование современных кассовых терминалов для управления товарными запасами в розничном торговом предприятии.
17. Оптимизация ассортимента оптового торгового предприятия.
18. Мультиформатность корпоративной торговой сети как основной принцип увеличения охвата рынка.
19. Критерии выбора якорных арендаторов и их значимость в развитии крупных торговых комплексов.
20. Эффективность применения принципа «золотого треугольника» на современных розничных торговых предприятиях.
21. Эффективность осуществления «промоушен-акций» на территории розничных торговых предприятий.
22. Ценовая политика торгового предприятия в условиях развитой конкурентной среды.
23. Управление процессами взаимодействия с поставщиками товаров в розничном торговом предприятии.
24. Использование современных технологий в розничной торговле.
25. Разработка предпринимательского проекта по совершенствованию форм и методов торговли.
26. Формирование торговых сетей и особенности управления ими.
27. Формирование организационной структуры торгового предприятия для обеспечения эффективного управления.
28. Управление организацией процесса обслуживания покупателей в розничных торговых предприятиях.
29. Конкуренция в оптовой/розничной торговле.
30. Совершенствование организации коммерческой деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.
31. Стратегическое планирование на предприятиях оптовой (розничной) торговли.
32. Организация управления товарными запасами.

33. Разработка рекомендаций по укреплению конкурентных позиций торговой организации на рынке строительных и отделочных материалов.
34. Разработка рекомендаций по совершенствованию товарной политики торговой организации.
35. Организация государственного контроля за деятельностью розничных торговых предприятий.
36. Деятельность по формированию спроса и стимулированию сбыта на отечественном предприятии.
37. Организация франчайзинга как перспективного направления в распределительной инфраструктуре.
38. Оценка конкурентного преимущества (недостатков) деятельности фирмы.
39. Совершенствование складского технологического процесса в компании.
40. Государственное регулирование внешнеторговой деятельности (на примере Омской области).
41. Организация рекламной службы.
42. Маркетинговые исследования в структуре задач коммерческой деятельности.
43. Внутрифирменный учет в коммерческой деятельности.
44. Проблема ценообразования на продукцию сельского хозяйства.
45. Совершенствование управления ассортиментной политики на основе результатов маркетинговых исследований.
46. Организация системы сбыта.
47. Анализ эффективности сбыта/снабжения в компании.
48. Совершенствование основных бизнес-процессов компании как способ повышения эффективности коммерческой деятельности.
49. Логистические основы организации подсистемы снабжения предприятия.
50. Внедрение логистической концепции управления в компании.
51. Планирование предпринимательской деятельности в сфере организации досуга населения.
52. Организация маркетинга и торговли продукцией промышленного производства.
53. Совершенствование ценообразования на предприятиях.
54. Особенности мерчандайзинга пищевых продуктов.
55. Управление конкурентоспособностью предприятия: проблемы и решения.
56. Организация гостиничного бизнеса.
57. Разработка и оценка эффективности бизнес-плана.
58. Роль бизнес-плана в коммерческой деятельности компании.

59. Особенности организации коммерческой деятельности на малых и крупных предприятиях (по сферам деятельности, отраслям).

60. Маркетинговое обеспечение коммерческой деятельности.

61. Анализ внутренней среды коммерческого предприятия.

62. Взаимодействие коммерческого предприятия с субъектами рынка (налоговые службы, биржи, банки, таможня, страховые компании и др.).

63. Информационные технологии в коммерческой деятельности.

Закрепление тем выпускных квалификационных работ студентов осуществляется на заседании кафедры после проведения государственного экзамена по специальности и до начала преддипломной практики. В период прохождения практики выбранная тема может быть скорректирована с учетом производственной деятельности студента, заказа предприятия и других обстоятельств.

В течение двух недель от начала дипломного проектирования, сроки которого определены графиком учебного процесса, издается приказ ректора ОмГУПС об утверждении научных руководителей и тем выпускных квалификационных работ. Изменение и корректировка тем выпускных квалификационных работ, утвержденных приказом ректора, не допускаются.

3.2 Структура выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа включает в себя расчетно-пояснительную записку и графические материалы. Обязательными составляющими расчетно-пояснительной записки являются:

- титульный лист;
- задание на дипломное проектирование;
- аннотация (желательно и на иностранном языке);
- оглавление (желательно и на иностранном языке);
- введение;
- аналитическая часть (глава 1);
- проектная часть (глава 2);
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения.

Титульный лист оформляется в соответствии с установленными требованиями. Он должен быть подписан автором, руководителем выпускной квалифи-

кационной работы и консультантом. На титульном листе должна быть подпись заведующего кафедрой «Менеджмент и маркетинг» или его заместителя, разрешающая допуск выпускной квалификационной работы к защите. Пример оформления титульного листа приведен в приложении.

Задание на дипломное проектирование оформляется по стандартной форме и подписывается студентом, руководителем работы и консультантом.

Аннотация содержит библиографическое описание выпускной квалификационной работы, ключевые слова, цель, объект и предмет работы, используемые в работе методы, основные результаты, полученные в ходе выполнения работы. Аннотация не должна превышать одной страницы машинописного текста.

Оглавление включает в себя развернутый перечень глав, параграфов и пунктов текста выпускной квалификационной работы с указанием номеров страниц по тексту.

Введение должно содержать обоснование актуальности избранной темы как для науки в целом, так и для конкретного предприятия, по материалам которого разрабатывается проект; цели и задачи выпускной квалификационной работы; объект, предмет и методологию исследования; практическую значимость выбранной темы; степень проработанности темы в литературе, сведения об отечественном и зарубежном опыте решения аналогичных задач; структуру и содержание работы.

Введение должно занимать не более четырех – пяти страниц машинописного текста и не должно содержать иллюстраций.

Аналитическая часть (глава 1) содержит анализ коммерческой деятельности компании с учетом специфики темы выпускной квалификационной работы и завершается выводами аналитического резюме.

Аналитическая часть должна иметь предметное, конкретное название.

Материалы для аналитической части готовятся студентом в период преддипломной практики. От полноты и качества материалов аналитической части зависят глубина, обоснованность и результативность проектных решений.

Объем аналитической части должен составлять примерно 40 – 50 страниц машинописного текста, включая таблицы и рисунки.

В аналитической части в соответствии с выбранной темой выпускной квалификационной работы:

1) дается общая характеристика объекта проектирования (предприятия, группы компаний) и перечисляются виды его коммерческой деятельности;

2) описывается выпускаемая продукция (или вид оказываемых услуг), приводится ее номенклатура;

3) отражаются особенности производства, технологии и реализации товаров и услуг, ассортиментная, товарная, сбытовая политика объекта;

4) анализируются состояние и динамика факторов макросреды (экономической, технологической, демографической, экологической, научно-технической и др.). Необходимо выявить наиболее значимые факторы, влияющие на деятельность предприятия, продемонстрировать механизм их действия, тенденции развития общей рыночной ситуации и перспективность рынка. Целесообразно сформулировать основные факторы успеха на исследуемом рынке, обеспечивающие достижение конкурентных преимуществ;

5) исследуются состояние и динамика микросреды:

состав и структура потребителей, особенности их поведения на рынке; объемы, структура и периодичность закупок, характер потребления;

состав и деятельность основных конкурентов, включая распределение рыночных долей, оценку интенсивности конкуренции, измерение и сопоставление конкурентоспособности предлагаемой продукции, используемых маркетинговых приемов и стратегий конкуренции;

состав и структура поставщиков и посредников, особенности их взаимодействия с производителями (продавцами) продукции;

ключевые факторы микросреды, способствующие успеху на рынке, и возможные направления их изменения;

б) анализируется коммерческая деятельность выбранной компании:

ассортиментное предложение товаров и услуг предприятия, тенденции сбыта в различных сегментах рынка;

организация складирования и хранения товаров, особенности управления запасами на предприятии;

организация каналов распределения продукции, деятельность службы сбыта, систем товародвижения, оптовых и розничных структур, эффективность распределения продукции;

стимулирование продаж: реклама, персональные продажи, PR-программы, краткосрочное стимулирование продаж, стимулирование закупок со стороны торговых организаций, стимулирование продавцов продукции;

7) разрабатывается аналитическое резюме, в котором обобщаются результаты анализа и предлагаются основные направления устранения имеющихся недостатков, совершенствования действующей или создание новой системы управления коммерческой деятельностью. Аналитическое резюме включает в себя:

цель проекта – необходимо сформулировать, как изменится деятельность предприятия после внедрения предлагаемого проекта;

основание для разработки проекта – целесообразно показать, что является базой для предлагаемых проектных решений: проведенный анализ, прогрессивный опыт решения аналогичных задач коммерческой деятельности в России и за рубежом. Формальным основанием может являться заказ предприятия на разработку проекта;

состав (перечень) проектных решений – необходимо четко сформулировать, какие проектные решения будут разработаны. Они могут быть сгруппированы по отдельным службам, видам деятельности и т. п. Данный раздел задает структуру проектной части выпускной квалификационной работы;

экономическая целесообразность разработки проекта – стоит провести предварительную оценку экономической значимости проекта, привести факторы и источники экономии в результате его внедрения, направления вложения финансовых средств.

Проектная часть (глава 2) представляет собой комплекс проектных решений, разработанных на основе результатов проведенной аналитической работы и определяемых темой выпускной квалификационной работы. Проектная часть, как и аналитическая, должна иметь конкретное название.

Типовая структура проектной части включает в себя три – пять параграфов (по 6 – 8 стр.) с изложением предлагаемых решений, один параграф с экономическим обоснованием проекта (6 – 8 стр.), один параграф с изложением особенностей внедрения проекта (4 – 6 стр.). Объем проектной части составляет примерно 40 – 50 стр. машинописного текста, включая таблицы и рисунки.

Проектные решения должны содержать:

существо предлагаемых изменений, включая содержание и структуру новшеств, практические предложения и рекомендации;

технологии внедрения разработанных предложений, включая организационно-экономическое, кадровое, техническое обеспечение;

адаптацию предлагаемых решений к действующей системе управления организацией;

оценку экономических последствий реализации предложений (как положительных, так и, возможно, отрицательных), определение направлений и источников экономии, расчет дисконтированного дохода.

Проектные решения могут включать в себя:

1) рекомендации по совершенствованию функций закупок сырья и товаров, сбыта готовой продукции, управления запасами и пр.;

2) разработку и внедрение логистической концепции в организации, включающей в себя изменение организационной структуры компании, схем товародвижения, интеграцию отдельных звеньев товаропроводящей цепи;

3) решения о распределении продукта, в том числе организацию сети реализации продукции, оптовой и розничной торговли, дистрибуции и дилерства; оптимизацию схем товародвижения; взаимодействие складов и розничной (оптовой) торговли; критерии отбора партнеров по распределению продукции; процесс организации и выполнения заказа на поставку продукции; программы поддержки сбыта; управление связями между несколькими каналами реализации продукции; предложения по защите торговых отношений; рекомендации по вертикальной интеграции и заключению долгосрочных контрактов на поставку;

4) решения о продвижении продукта и (или) организации, в том числе рекламные решения; предложения по персональным (личным) продажам, PR-программам, краткосрочному стимулированию продаж; рекомендации по стимулированию торговли и продавцов; технологии коммуникации с потребителями; информационную архитектуру интернет-сайта компании, программы участия в интернет-сообществах и программу электронной рассылки;

Проектные решения могут быть также посвящены отдельным направлениям аналитической работы. В этом случае они могут включать в себя:

оценку поставщиков предприятия и разработку их рейтинговой оценки;

изучение особенностей договора поставки, основные спорные вопросы при заключении договора;

оценку конкурентоспособности товаров и услуг;

определение стоимости запасов, их номенклатуры и количественных характеристик (объемных, временных параметров, сведений о местонахождении);

проектирование информационного обеспечения коммерческой деятельности;

прогнозирование и проектирование номенклатуры товаров;

проектирование процессов продвижения и реализация товаров на рынке.

В заключении формулируются краткие выводы и итоги разработки выпускной квалификационной работы, отражающие состояние разработанности исследуемых задач, результаты анализа конкретной коммерческой деятельности, выявленные недостатки и предлагаемые пути их устранения. Заключение строится как авторская аннотация выполненных работ с указанием экономической значимости предлагаемых решений. Данный раздел расчетно-пояснительной записки необходимо рассматривать как основу для последующего выступления перед ГАК с презентацией результатов выпускной квалификационной работы.

Заключение не должно превышать 5 – 6 стр. машинописного текста.

Список использованной литературы включает в себя все изданные информационные источники, которые были использованы при выполнении выпускной квалификационной работы. В него также могут быть включены материалы предприятий, специализированных маркетинговых фирм, ассоциаций.

Список источников состоит из двух разделов: отечественных и иностранных источников. Все иностранные источники представляются на языке издания.

Все приводимые в расчетно-пояснительной записке цитаты, выдержки и другие ссылки должны быть надлежащим образом оформлены в тексте записки. Наличие ссылок подтверждает работу автора с литературными источниками и является обязательным элементом расчетно-пояснительной записки.

Приложения к выпускной квалификационной работе содержат дополнительную, вспомогательную и уточняющую информацию к расчетно-пояснительной записке, излишне загромождающую основной текст работы.

Каждое приложение должно иметь порядковый номер и название. В расчетно-пояснительной записке обязательно должны быть сделаны ссылки на приложения.

Выпускная квалификационная работа должна быть оформлена в соответствии с установленными требованиями государственных стандартов и стандартов ОмГУПС.

К выпускной квалификационной работе прилагается в специальном конверте версия работы на электронном носителе (две дискеты или два CD-диска).

4. ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Общее руководство выполнением выпускной квалификационной работы осуществляется кафедрой «Менеджмент и маркетинг».

Заведующий кафедрой назначает руководителя выпускной квалификационной работы из числа сотрудников кафедры, а также, в отдельных случаях, высококвалифицированных специалистов, работающих в сторонних организациях: компаниях, вузах, специализированных маркетинговых фирмах, ассоциациях, государственных структурах. При подборе и назначении руководителя учитывается соответствие специализации его научной деятельности направлению и теме выпускной квалификационной работы студента.

На руководителя возлагается ответственность за весь процесс проектирования – от выдачи задания до защиты выпускной квалификационной работы.

Руководитель выпускной квалификационной работы выдает студенту до начала преддипломной практики задание на проектирование. В ходе выполнения работы задание на проектирование может быть уточнено и расширено. Руководитель оказывает методическую помощь в определении структуры и содержания работы, подборе и анализе материала, консультирует студента по всем возникающим вопросам, связанным с выполнением выпускной квалификационной работы, контролирует работу студента. Руководитель вправе присутствовать на защите студентом выпускной квалификационной работы.

Для оказания помощи студенту по рекомендации руководителя выпускной квалификационной работы допускается привлечение консультанта. Консультант работает в тесном контакте с руководителем, в пределах своих функциональных полномочий определяет вопросы, которые должны быть решены в соответствии с темой выпускной квалификационной работы.

По завершении работы студент представляет руководителю для экспертизы надлежащим образом оформленную работу. Руководитель готовит письменный отзыв, в котором отмечаются актуальность темы, структура и содержание работы, соответствие требованиям стандартов, характеристика основных полученных результатов и практической ценности, положительные моменты и недостатки выпускной квалификационной работы, дисциплинированность студента при выполнении работы, выводы и рекомендации.

Выпускная квалификационная работа должна пройти внешнее рецензирование. Рецензентами могут выступать высококвалифицированные специалисты, имеющие опыт в решении проблем совершенствования коммерческой деятельности, работающие на профессиональных или руководящих позициях в компаниях, ву-

зах, специализированных, государственных учреждениях. Список формируется преимущественно из работников предприятий и организаций – баз преддипломной практики.

Надлежащим образом оформленная выпускная квалификационная работа с отзывом руководителя и внешней рецензией представляется заведующему кафедрой не позднее чем за 10 дней до начала работы ГАК. Заведующий кафедрой определяет степень готовности выпускной квалификационной работы к защите. Работа, не соответствующая требованиям представления к защите, возвращается студенту на доработку. Работа, готовая к защите, визируется заведующим кафедрой (или его заместителем).

5. ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Защита выпускной квалификационной работы (ВКР) осуществляется на открытом (публичном) заседании государственной аттестационной комиссии.

Выпускная квалификационная работа представляется в ГАК вместе со следующими документами:

- личной карточкой студента с выпиской из учебного плана и оценками, полученными при сдаче экзаменов;
- зачетной книжкой;
- отзывом руководителя;
- заключением рецензента.

Публичная защита ВКР проводится в следующем порядке.

- 1) Доклад студента – 10 – 12 минут.
 - 2) Вопросы членов и председателя ГАК и ответы студента. Вопросы могут быть заданы и другими лицами, присутствующими на защите.
 - 3) Оглашение рецензии и отзыва на выпускную квалификационную работу.
 - 4) Ответ студента на замечания рецензента и руководителя.
- Общая продолжительность защиты – 45 минут.

Доклад студента должен быть кратким, ясным и должен включать в себя основные положения выпускной квалификационной работы. В докладе рекомендуется отметить актуальность выбранной темы, цели и задачи работы, ее практическую ценность, основные полученные результаты, выводы и рекомендации.

Для усиления доказательности представленных результатов рекомендуется использовать иллюстративный материал (в виде слайдов, плакатов, раздаточного материала).

Назначение иллюстративного материала – помочь студенту во время защиты более аргументированно изложить содержательную часть доклада. Весь иллюстративный материал обязательно должен присутствовать в выпускной квалификационной работе.

Критерии оценок выпускной работы:

оценка «отлично» ставится при выполнении всех требований к выпускной квалификационной работе, презентации и срокам выполнения проекта в полной мере (100 – 90 %);

оценка «хорошо» ставится при преимущественном выполнении указанных требований (90 – 80 %);

оценка «удовлетворительно» ставится при выполнении указанных требований в преобладающей части (80 – 70 %);

оценка «неудовлетворительно» ставится при выполнении указанных требований в недостаточной мере (менее чем на 70 %).

Решения ГАК оформляются специальными протоколами, в них записываются вопросы, заданные студентам, выступления, особое мнение членов ГАК, других присутствующих, оценки, выставленные членами ГАК за выполнение и защиту выпускной квалификационной работы.

После окончания публичной защиты проводится краткое закрытое совещание членов ГАК, на котором обсуждаются выпускная квалификационная работа и ее презентация, а затем с учетом результатов учебной, научной и общественной работы студента за весь период обучения в университете определяется общая оценка защищенного проекта. Решение об оценке принимается простым большинством голосов. Решающим является голос председателя ГАК.

После завершения совещания ГАК на вновь открытом публичном заседании председатель объявляет решение ГАК о результатах защиты и присуждении (неприсуждении) квалификации «специалист коммерции».

В случае получения студентом неудовлетворительной оценки повторная защита выпускной квалификационной работы в этот же год не допускается. Повторная защита выпускной квалификационной работы должна быть обоснована, и выпускная квалификационная работа должна быть дополнена новым материалом.

Допускается разработка другой темы, которая устанавливается кафедрой «Менеджмент и маркетинг».

После объявления результатов защиты заседание ГАК объявляется закрытым.

Библиографический список

1. ГОСТ 7.9-95. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. М.: Изд-во стандартов, 1995. 8 с.

2. ГОСТ Р 6.30-03. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов. М.: Изд-во стандартов, 2003. 18 с.

3. Рекомендации по планированию и подготовке к печати изданий в Омском государственном университете путей сообщения / Омский гос. ун-т путей сообщения. Омск, 2003. 53 с.

4. Старцев Н. Е. Методические указания по подготовке к государственной итоговой аттестации для студентов пятого курса всех специальностей / Н. Е. Старцев. М.: Экономическое образование, 2000. 28 с.

5. Уваров А. А. Дипломная и курсовая работа по экономическим специальностям: Практические советы по подготовке и защите / А. А. Уваров. М.: Дело и сервис, 2001. 80 с.

6. Уваров А. А. Методика написания и защиты дипломных и курсовых работ по экономическим дисциплинам / А. А. Уваров. М.: Эксмо, 2003. 112 с.

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Министерство транспорта Российской Федерации
Федеральное агентство железнодорожного транспорта
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Омский государственный университет путей сообщения (ОмГУПС, ОмИИТ)»

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

К ЗАЩИТЕ ДОПУСТИТЬ

Заведующая кафедрой,

к.э.н., доцент

_____ Катунина И. В.

_____ 200__

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

<p>СОГЛАСОВАНО Консультант по _____ _____ 200__</p>	<p>Студент гр. – _____ _____ ФИО _____ 200__</p>
<p>Консультант по _____ _____ 200__</p>	<p>Руководитель – к.э.н., доцент _____ _____ ФИО _____ 200__</p>

Омск 200__

Учебное издание

КАТУНИНА Ирина Владимировна, ЛЕВКИН Григорий Григорьевич,
БЕЗРУКОВА Елена Леонидовна

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ
К ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «КОММЕРЦИЯ (ТОРГОВОЕ ДЕЛО)»

Редактор Н. А. Майорова

Подписано в печать..2009. Формат 60 × 84 ¹/₁₆.
Плоская печать. Бумага офсетная. Усл. печ. л.. Уч.-изд. л..
Тираж 100 экз. Заказ.

**

Редакционно-издательский отдел ОмГУПСа
Типография ОмГУПСа

*

644046, г. Омск, пр. Маркса, 35