

# Методические рекомендации по оформлению дипломных работ

Кафедра ЭОП

- Объем дипломной работы до 70 страниц
- Устанавливаются следующие размеры полей: верхнего и нижнего - 20 мм, *левого - 25 мм*, правого - 10 мм;
- Нумерация страниц на середине *верхнего* поля страницы;

# Структура дипломной работы

- - титульный лист,
- - задание,
- - *оглавление*,
- - перечень условных обозначений, символов и терминов (если в этом есть необходимость),
- - введение,
- - основная часть,
- - заключение,
- - список используемых источников,
- - приложения (при необходимости).

# Титульный лист

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
"ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

Кафедра экономики и  
организации производства

Допущено к защите  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
\_\_\_\_\_ 20\_\_

## ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

“ ”

Студент-дипломник  
\_\_\_\_\_  
(специальность, курс, группа)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Имя отчество фамилия  
\_\_\_\_\_ 201\_\_

Научный руководитель  
\_\_\_\_\_  
(должность, ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Имя отчество фамилия  
\_\_\_\_\_ 201\_\_

# Оглавление

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
1 Теоретические основы изучения ассортиментной политики предприятия....	8
→ 1.1 Определение ассортиментной политики предприятия. Основные цели и задачи.....	8
→ 1.2 Показатели товарной номенклатуры.....	17
→ 1.3 Методы анализа ассортиментной политики.....	21
2 Анализ ассортиментной политики филиала ОАО «Берестейский пекарь» Пинский хлебозавод.....	28
2.1 Организационно-экономическая характеристика филиала ОАО «Берестейский пекарь» Пинский хлебозавод.....	28
2.2 Анализ ассортиментной политики филиала ОАО «Берестейский пекарь» Пинский хлебозавод.....	40
3 Мероприятия по совершенствованию ассортиментной политики филиала ОАО «Берестейский пекарь» Пинский хлебозавод.....	64
3.1 Направления совершенствования ассортиментной политики филиала ОАО «Берестейский пекарь» Пинский хлебозавод.....	64
3.2 Оптимизационная модель формирования ассортимента продукции..	68
3.3 Формирование ассортимента продукции на основе линейного программирования.....	71
Заключение.....	83
Список использованных источников.....	89
Приложения.....	92

Номер главы ставят *после слова* ”  
*Глава*“.

**ГЛАВА 1**  
**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ТРУДОВЫХ**  
**РЕСУРСОВ**

С абзацного  
отступа

**1.1 Понятие трудовых ресурсов, их классификация и состав**

**1.1.1 Сущность трудовых ресурсов организации**



**3**  
**интервала**

Пояснительные данные помещают под иллюстрацией, а со следующей строки - слово "Рисунок", номер и наименование иллюстрации, отделяя знаком тире номер от наименования. *В конце нумерации иллюстраций ставится точка, в конце их наименований не ставится (п.5.7.22).* Не допускается перенос слов в наименовании рисунка. Слово "Рисунок", его номер и наименование иллюстрации, а *также пояснительные данные* к нему печатают полужирным шрифтом размером 12 пунктов.

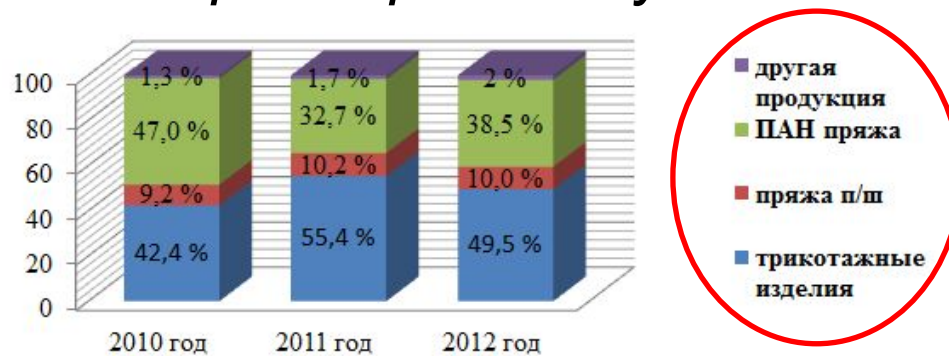


Рисунок 2.1 - Динамика структуры производства продукции ОАО «Полесье» за 2010-2012 гг.

Примечание – Разработка автора по данным ОАО «Полесье»

# Примечания

Без слова

«Источник»

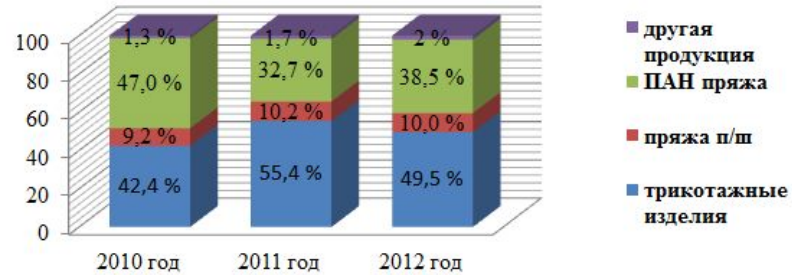


Рисунок 2.1. - Динамика структуры производства продукции ОАО «Полесье» за 2010-2012 гг.

Примечание – Разработка автора по данным ОАО «Полесье»

Таблица 2.1 – Объем выпуска продукции в стоимостном выражении на ОАО «Полесье» за 2011-2012 гг.

Показатели	2010 год	2011 год	2012 год	Темп роста (снижения), % 2012 к 2011	Темп роста (снижения), % 2012 к 2011
Объем производства продукции, млн. руб.	128031	226147	383535	176,6	169,6
В том числе:					
- трикотажные изделия, млн. руб.	54317	125186	189672	230,5	151,5
удельный вес,%	42,4	55,4	49,5		
- пряжа полушерстяная, млн. руб.	11805	23104	38404	195,7	166,2
удельный вес,%	9,2	10,2	10,0		
- ПАН пряжа, млн.руб.	60230	73911	147760	122,7	199,9
удельный вес,%	47,0	32,7	38,5		
- другая продукция, млн. руб.	1679	3946	7699	235,0	195,1
удельный вес,%	1,3	1,7	2,0		

Примечание – Разработка автора по данным предприятия



Рисунок 1.1. - Иерархия потребностей А. Маслоу

Примечание – [31, с. 163]



# Разрыв таблиц

ОАО «Полесье», размещается рекламная информация о проводимых предприятием мероприятий по стимулированию продаж продукции ОАО «Полесье». Согласно приложения Е к таким мероприятиям относятся: акции приуроченные крупным праздникам, ежегодная акция «Школа», сезонные распродажи, распродажи продукции выпуска прошлых лет и т.д. Информация размещается в городском транспорте, на телевидение, на радио и мясных газетах.

Во время проведения акции в фирменной торговой сети покупателям раздается сувенирная продукция собственного производства (кухонные комплекты, рождественские колпачки и сапожки, линейки-шаргалки для школьников и т.д.) и рекламная продукция (ручки, блокноты, папки, пакеты, карманные календари и др.). Во время проведения акций и распродаж в фирменной торговой сети ОАО «Полесье» производится снижение цены за счет торговой надбавки. Основной целью проведения таких мероприятий является снижение складских запасов. Акции проводимые ОАО «Полесье» за период 2010 – 2012 гг. представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Акции проводимые ОАО «Полесье» за период 2010 – 2012 гг.

Наименование мероприятия	Период проведения	% скидки	Результат мероприятия
1	2	3	4
2010 год			
Акция «Школа-2010»	август-ноябрь	от 30 до 50	Отгружено со склада 46,6 тыс. шт. на сумму 793,9 млн.руб. Реализовано данной продукции 15,8 тыс. изделий на сумму 277,5млн. руб.
Акции приуроченные ко Дню Святого Валентина и 8 Марта, Дню Легкой Промышленности, Международному дню защиты детей, к новогодним праздникам	февраль - март	15	Покупателям были вручены подарки (рекламная печатная продукция и рекламная продукция собственного производства (салфетки, прихватки, колпаки, сапожки).
Акция «С благодарностью к ветеранам»	апрель-май	10	В собственной товаропроводящей сети было продано 20 единиц на сумму 709890 бал. руб. реализовано 38 единиц на сумму 1500 тыс.бал.руб.
«Новогодняя акция»	ноябрь	50	Реализовано 47,5 тыс. изделий на сумму 1482,4 млн. руб.
2011 год			
«Новогодняя акция»	январь	50	Реализовано 11,6 тыс. изделий на сумму 278,3 млн. руб.

Продолжение таблицы 2.1

1	2	3	4
распродажа продукции прошлых лет выпуска	апрель-сентябрь	от 5 до 40	Выручка составила 152,6 млн.руб
акция «Весеннее предложение»	апрель - июль	от 4 до 30	Отгружено 6,2 тыс. шт. на сумму 139,2 млн. бал. руб.
акция «Весеннее предложение»	апрель - май	от 4 до 30	Выручка составила 526,5 млн. руб.
Акция «Школа -2011»	июнь - сентябрь	5	Отгружено 7,7 тыс. шт. на сумму 198,5 млн. бал. руб.
Акция «Осенний ценопад»	июль - сентябрь	от 5 до 70	
2012 год			
Акции приуроченные ко Дню Святого Валентина, 8 Марта, Дню Легкой Промышленности, Международному дню защиты детей, к новогодним праздникам			Покупателям были вручены подарки (рекламная печатная продукция и рекламная продукция собственного производства (салфетки, прихватки, колпаки, сапожки).

Примечание – Источник: Собственная разработка по данным ОАО «Полесье»

В течение 2010г. в собственных магазинах предприятия с целью снижения остатков прошлых лет выпуска проводились сезонные распродажи трикотажных изделий со снятием различной торговой надбавки, за этот период реализовано - 10,8 тыс. изделий на сумму 252,6 млн.руб.

С августа по ноябрь 2010 года в предприятиях торговли Республики Беларусь и магазинах предприятия проводилась акция «Школа-2010» по реализации школьного ассортимента прошлых лет выпуска со скидками от -30% до -50 %. За данный период отгружено со складов ОАО «Полесье» 46,6 тыс.шт. на сумму 793,9 млн. руб., в фирменной торговле было реализовано данной продукции - 15,8 тыс. изделий на сумму 277,5млн. руб.

Также в 2010 году с целью увеличения объемов продаж проводились акции с предоставлением скидки и вручением сувениров, приуроченные к 65-ой годовщине Победы, школьному сезону, Рождеству и Новому году.

Так с февраля по март в фирменных магазинах и торговых объектах предприятия в городах Брест, Барановичи, Витебск, Могилев, Бобруйск и Гомель проводилась праздничная акция (приуроченная ко всем праздника данного периода) с предоставлением 15 % скидки от розничной цены на весь ассортимент трикотажных изделий. |

С апреля по май 2010 году в магазинах собственной товаропроводящей сети проводилась акция «С благодарностью к ветеранам», с предоставлением скидки на весь ассортимент трикотажных изделий ветеранам ВОВ с вручением памятных подарков с сопровождением рекламы в СМИ. А так же всем

# Формулы

формулу:

$$\mathcal{E}=(T \times H) / 100-(B+L), \quad (1.2)$$

где  $\mathcal{E}$  – экономический эффект рекламирования, руб.;

$T$  – дополнительный товарооборот под воздействием рекламы, руб.;

$H$  – торговая надбавка на товар, в % к цене реализации;

$B$  – расход на рекламу, руб.;

$L$  – дополнительные расходы по приросту товарооборота, руб.

В этом случае могут быть сопоставлены полученный эффект и затраты на

# Список использованных источников

- Список использованных источников формируется в порядке появления ссылок в тексте дипломной работы либо в алфавитном порядке фамилий первых авторов и (или) заглавий, *либо в хронологическом порядке.*

# Приложения

- Если приложение располагается на нескольких страницах, то на второй и последующих страницах приложения в круглых скобках с новой строки *по центру листа располагается слово "продолжение"*, напечатанное строчными буквами обычного начертания.

Например:

(продолжение)

ПРИЛОЖЕНИЕ А

На последнем листе приложения:

(окончание)

ПРИЛОЖЕНИЕ А