

## ТРЕБОВАНИЯ К ИЗЛОЖЕНИЮ СОДЕРЖАНИЯ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Для студентов специальности «Маркетинг»

### 1. Оформление

Не оставляйте на последний этап, а сделайте в первую очередь. Некорректное, неаккуратное оформление портит впечатление от любой работы. Не забывайте про ссылки на рисунки, таблицы, источники литературы.

### 2. Введение

Введение лаконичное, небольшое по объему, содержит следующие обязательные элементы (выделенные в тексте жирным шрифтом):

- Актуальность темы (проблемы)
- Цель исследования
- Задачи исследования
- Объект исследования
- Источники информации

Не начинайте введение с очевидных истин *«В современном обществе каждая стабильная компания должна иметь собственный сайт в сети Интернет»*.

### 3. Структура

Структура теоретической части – двухуровневая: раздел и подразделы, длина последних – не более 4-х страниц и не более 7 подразделов в теоретической части.

### 4. Названия подразделов

Должны нести максимум информации о содержании текста, но при этом быть четкими и короткими. Следите за соответствием между названием подразделов и текстом, например, название *«Методы и принципы ценообразования»*, а в тексте эти слова вообще не встречаются, а должны быть выделены.

### 5. Контент: принцип «перевернутой пирамиды»

Используйте принцип «перевернутой пирамиды»: основная мысль текста излагается в вводной части, а далее следует более подробное раскрытие идеи. Например, если название *«Преимущества интернет-рекламы»*, то сам список преимуществ должен быть на 1-ой странице, а не на 3-ей.

### 6. Абзацы

Делите текст на абзацы по принципу «Один абзац – одна законченная мысль». Не пишите слишком короткие (менее 2-3 строчек) и слишком длинные (более 8 строк) абзацы, вызывающие эффекты «усеченного текста» и «простыни» соответственно.

### 7. Списки

Избегайте слишком длинных списков. Согласно одному из принципов usability, человек способен держать в кратковременной памяти не более 5-7 сущностей, поэтому не следует размещать в списках больше 7 элементов. Списки из 20 наименований номенклатуры продукции не допускаются, приводите только основные элементы, а второстепенные – в приложение.

Все списки должны быть выполнены в едином стиле (на конце « ; » если элемент списка начинается со строчной и « . » если с заглавной буквы).

#### 8. Выделения в тексте

Использовать для акцентирования основных мыслей и выводов, для раскрытия сущности ранее приведенных списков, для выделения элементов из названия подраздела. Например:

Что касается **товарной политики**, то...

**Ценовая политика** определяется...

**Политика скидок** базируется на

Рассмотрим платежи в интернет-магазинах

#### 9. Избегайте слишком коротких предложений, ненужного повторений терминов

Неправильно. *Электронная торговля является частью электронной коммерции, а значит и электронного бизнеса. Электронная торговля (Electronic trading) — осуществление торгово-закупочной деятельности через Интернет.*

Правильно. *Электронная торговля представляет собой осуществление торгово-закупочной деятельности через Интернет и является частью электронной коммерции, а значит и электронного бизнеса.*

#### 10. Стиль

Не допускается использовать стиль из Интернета “*Если Вы хотите привлечь клиентов..., Если у Вашего сайта...*”.

Излагая информацию, не употребляйте слишком много заумных или жаргонных фраз, которые затрудняют понимание материала, и не пишите бессмыслицу. Например, *Повышение эффективности системы стимулирования деятельности компании «...» невозможно без совершенствования всей коммерческой деятельности и, прежде всего, полной ориентации ее на маркетинговую деятельность.*

#### 11. Ошибки

**Перечитывайте ваш текст**, проверяйте его на наличие опечаток, грамматических и стилистических ошибок, используйте проверку орфографии в программе Microsoft Word.

#### 12. Иллюстрируйте материал графической информацией

У большинства людей лучше развита зрительная память и информация, изложенная в виде наглядных графиков, таблиц, диаграмм и чертежей воспринимается и запоминается лучше, чем сухой текст.

Не допускается одни и те же данные приводить и в виде таблицы, и в виде диаграммы. Текст на рисунках и диаграммах должен быть читаемым.

#### 13. Заключение

В заключении отразить основные **результаты** работы, которые целесообразно оформить в виде нумерованного списка, включив в него **2-3 результата по изучению теории, 2-3 - по анализу предприятия, 3-4 - по предложенным автором разработкам.**

Пример:

*Сделан теоретический обзор в области ...*

*Рассмотрены вопросы, методы...*

*Приведены основные принципы, подходы...*

*Проанализирована структура предприятия, выявлено, что...*

*Сделан анализ финансовых показателей, отразивший, что...*

*Анализ конкурентоспособности предприятия показал, что...*

*Выявлено, что маркетинговая деятельность предприятия включает направления...*

*Выделены следующие недостатки...*

*Предложено совершенствование маркетинговой деятельности по направлению...*

*Приведены рекомендации...*

*Разработаны интерфейсы, новые модели, методы...*

*Определен экономический эффект...*