

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Вологодский государственный университет»

(ВоГУ)

машиностроительный техникум

Методические указания

по написанию выпускной квалификационной работы

для обучающихся по специальности

38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»

Вологда

2016 г.

Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы для обучающихся по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» / составители: О.В. Иванова, А.В. Патракеева, Е.В. Тихонова. – Вологда: ВоГУ, 2016. – 16 с.

Методические указания призваны помочь обучающимся 3 курса специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» в выполнении выпускной квалификационной работы.

Утверждено редакционно-издательским советом ВоГУ

Составители:

Иванова Ольга Владимировна, преподаватель высшей категории МТ ВоГУ

Патракеева Анна Валерьевна, преподаватель высшей категории МТ ВоГУ

Тихонова Екатерина Вадимовна, преподаватель первой категории МТ ВоГУ

Рецензент:

Г.В. Смирнова, преподаватель высшей квалификационной категории

СОДЕРЖАНИЕ

ВСТУПЛЕНИЕ	6
1 ОСОБЕННОСТИ НАПИСАНИЯ ВВЕДЕНИЯ	7
2 ОСОБЕННОСТИ НАПИСАНИЯ 2 ГЛАВЫ	9
3 ОСОБЕННОСТИ НАПИСАНИЯ ЗАКЛЮЧЕНИЯ	
4 ОСОБЕННОСТИ ВЫПОЛНЕНИЯ ВКР ПО УЧЕТНЫМ ТЕМАМ	
5 ПРИМЕРНЫЙ ПЛАН ВКР ПО УЧЕТНЫМ ТЕМАМ	
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	

ВСТУПЛЕНИЕ

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (далее ВКР) является заключительным этапом подготовки обучающегося по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)». Выполнение ВКР является обязательным этапом в образовательном процессе и служит основным инструментом итогового государственного контроля качества образования.

Целью выполнения выпускной квалификационной работы является закрепление, углубление и специализация знаний и навыков обучающегося, приобретение им компетенций, соответствующих ФГОС 3+ СПО путем решения поставленных в работе задач.

ВКР базируется на изучении законодательных актов, нормативных и методических материалов, литературных источников, а также на практическом материале и статистических данных по отдельным предприятиям, отраслям и объектам исследования.

ВКР должна быть логичной, научной по своему содержанию, в ней в систематизированной форме должны быть изложены материалы проведенного исследования и его результаты.

Структурными элементами выпускной работы являются:

- 1) титульный лист, который является первой страницей ВКР (1 страница);
- 2) задание на выпускную квалификационную работу, утвержденное заместителем директора по УР (1-2 страницы);
- 3) содержание, включающее название всех глав и пунктов ВКР с указанием номера начальной страницы (1-2 страницы);
- 4) введение (1-2 страницы);
- 5) основная часть, разделенная на главы;
- 6) заключение (1-2 страницы);
- 7) список использованных источников (1-2 страницы);
- 8) приложения, если они имеются (количество страниц определяется автором самостоятельно).

Все вышеперечисленные элементы вшиваются в ВКР в указанной последовательности.

Отзыв, рецензия, аннотация и компакт-диск с электронной версией ВКР вкладываются в бумажный карман, вклеенный в книжный переплет работы.

1 ОСОБЕННОСТИ НАПИСАНИЯ ВВЕДЕНИЯ

Введение – вступительная часть выпускной квалификационной работы. Во введении автор кратко обосновывает выбор темы выпускной квалификационной работы, актуальность исследования, определяет объект и предмет, базу исследования, формулирует цель и задачи ВКР. В итоговом абзаце введения выпускник оценивает научную новизну и практическую значимость работы. Введение должно быть кратким – 1-2 страницы.

Объект исследования – это то, что подвергается исследованию в ВКР, а предмет исследования конкретная часть объекта, которая непосредственно изучается.

Пример: Тема ВКР «Разработка бизнес-плана организации курсов личностного роста». Объектом исследования выпускной квалификационной работы является бизнес-план как документ комплексного планирования деятельности организации.

Предмет исследования – процесс разработки бизнес-плана организации курсов личностного роста.

Цель исследования – конечный результат, которого хотел бы достичь исследователь при завершении своей работы. Формулировку цели исследования можно представить различными способами – традиционно употребляемыми в научной речи клише, например, выявить, установить, обосновать, разработать и тому подобное.

Задачи исследования ВКР определяются поставленной целью и представляют собой конкретные последовательные этапы или пути достижения цели. Для этого обычно используются глаголы «проанализировать», «разработать», «обобщить», «доказать», «внедрить», «показать», «дать рекомендации», «установить взаимосвязь», «сделать выводы» и тому подобное.

Актуальность темы ВКР – это причина, по которой именно сейчас, в настоящее время, возникла потребность исследовать ее.

Пример: Цель выпускной квалификационной работы – разработать бизнес-план организации курсов личностного роста.

Для реализации цели выпускной квалификационной работы поставлены следующие задачи:

- 1) рассмотреть теоретические аспекты бизнес-планирования;
- 2) дать краткую характеристику рынка курсов личностного роста в городе Вологде;
- 3) представить резюме курсов личностного роста «Вкус жизни»;
- 4) рассчитать финансовые и технико-экономические показатели курсов личностного роста «Вкус жизни»;
- 5) оценить вероятные коммерческие риски, предложить пути их реализации.

2 ОСОБЕННОСТИ НАПИСАНИЯ 2 ГЛАВЫ

Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия включает в себя следующие подглавы:

- 1) общая характеристика торгового предприятия;
- 2) основные показатели финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия за отчётный период.

Общая характеристика торгового предприятия проводится по следующему плану:

- 1) история создания и развития предприятия торговли;

- 2) цели и предмет деятельности организации;
- 3) основные направления деятельности;
- 4) вид, класс, тип, организационно-правовая форма;
- 5) организационная структура предприятия;
- 6) сведения о работниках (заполнение и анализ таблиц 1, 2);
- 7) характеристика ассортимента товаров и услуг, сведения о поставщиках, условия взаимодействия с поставщиками (заполнение и анализ таблиц 3,4,5,6);
- 8) анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия (заполнение и анализ таблицы 7);
- 9) сведения о техническом оснащении (заполнение и анализ таблицы 8).

Приведём пример характеристики торгового предприятия по пунктам 1-6: «OSTIN» – российская компания, занимающаяся продажей одежды. Является одной из самых известных в России торговых марок, занимает устойчивые позиции в первой пятерке наиболее популярных магазинов. Первый магазин был открыт в 2003 году в Екатеринбурге.

Не имеет собственного производства, закупки производятся у производителей различной категории. Здесь можно встретить изделия турецких, индийских, китайских, российских поставщиков, работающих по заданию «OSTIN».

Магазины «OSTIN» предлагают широкий выбор женской, мужской и детской одежды, аксессуаров по доступным ценам. Основное направление одежды – стиль casual. Это позволяет привлекать различную возрастную аудиторию. Модели являются универсальными, что дает возможность удачно их комбинировать, избегая зависимости от быстро меняющейся моды.

Организационно-правовая форма магазина – Общество с ограниченной ответственностью.

«OSTIN» – надежный деловой партнер, лидер российского рынка одежды и динамично развивающийся международный бренд.

«OSTIN» – это комфортный шоппинг более чем в 700 магазинах собственной розничной сети в Европе, Азии и России. «OSTIN» постоянно расширяет географию городов присутствия. Основным требованием к городам РФ является количество населения от 50 тысяч жителей.

Магазины сети «OSTIN» находятся в г. Вологда по следующим адресам: ул. Пошехонское ш., д. 22, ТЦ «Мармелад», ул. Мира, д. 82, ТЦ «Оазис», ул. Окружное ш., д. 12, ТРЦ «РИО», ул. Ленинградская, д. 100, ТЦ «Форум».

Организационная структура торговой организации – это сочетание уровней управления и подразделений, построенных в такой форме, которая позволяет наиболее эффективно достигать целей организации.

Организационная структура важна потому, что позволяет работникам осознать свое место в организации, благодаря чему они могут работать вместе для достижения целей компании и получать удовлетворение от своего вклада в ее деятельность.

Тип организационной структуры ООО «OSTIN» – линейная, так как она предусматривает выполнение одним руководителем всех функций управле-

ния, подчинение ему на правах единоначалия всех нижестоящих подразделений.

Главным управляющим магазина является генеральный директор. В его подчинении находится все линейные и функциональные руководители. Все решения передаются по цепочке сверху вниз, а сам руководитель низшего звена управления подчинен руководителю более высокого над ним уровня (рисунок 1).

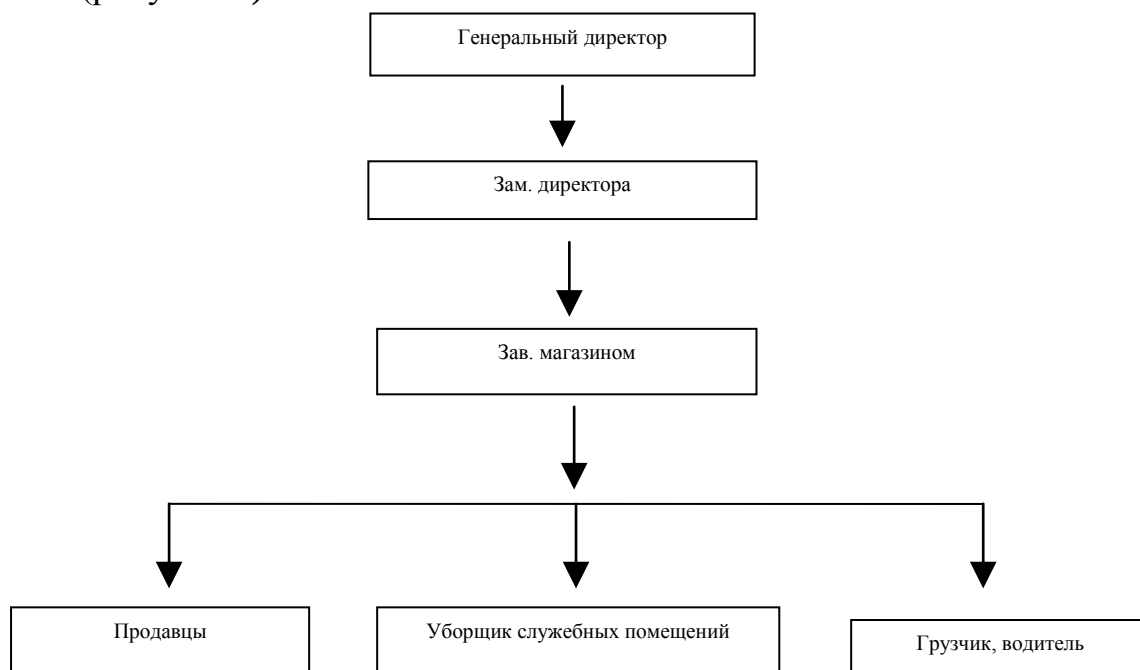


Рисунок 1 - Организационная структура магазина «OSTIN»

В штате магазина «OSTIN» по адресу г. Вологда, ул. Окружное ш., д. 12, ТРЦ «РИО» числятся 16 человек, сведения о работниках отражены в таблицах 1, 2.

Таблица 1

Штатное расписание «OSTIN» по состоянию на май 2016 г.

Наименование должности	Число штатных единиц	Оклад, руб.
Директор	1	50000
Заместитель директора	1	40000
Зав. магазина	2	22000
Продавец-кассир	5	17000
Грузчик	3	14000
Водитель	3	16000
Уборщик служебных помещений	1	6000
Итого	16	165000

Таблица 2

Сведения о работниках «OSTIN» по состоянию на май 2016 г.

Показатели	Состав работников по возрасту						Состав работников по образованию				Состав работников по полу		
	Всего	до 30 лет	от 31 до 40 лет	от 41 до 50 лет	от 51 до 60 лет	старше 60 лет	Всего	с высшим образованием	со средним специальным	со средним образованием	Всего	мужчины	женщины
Количество работников, чел.	16	2	3	9	2	0	16	2	13	1	16	3	13
Количество работников, %	100	12,5	18,75	56,25	12,5	0	100	12,5	81,25	6,25	100	18,75	81,25

Таким образом, на предприятии трудится 16 человек. 9 человек (56,25%) из 16 – работники в возрасте от 41 до 50 лет; 13 человек (81,25%) из 16 имеют среднее специальное образование; 13 человек (81,25%) из 16 – лица женского пола. Средняя заработная плата работников – 15 тыс. руб.

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности являются важнейшими для оценки производственной и финансовой деятельности торгового предприятия. Они характеризуют степень его деловой активности и финансового благополучия.

Приведём пример характеристики торгового предприятия по пункту 7:

Торговое предприятие - «Магазин №6». Организационно-правовая форма – общество с ограниченной ответственностью. Адрес: Архангельская область, Вельский район, поселок Кулой, ул. Гагарина 24

Режим работы: с 9.00 до 21.00 без перерыва на обед и выходных.

Метод продажи – традиционный (через прилавки)

Ассортимент реализуемых товаров – продовольственные товары – представлен Таблице 3.

Таблица 3

Характеристика ассортимента товаров и услуг

Товарная группа	Товар	Широта ассортимента виды	Полнота ассортимента виды	Устойчивость ассортимента %	Структура ассортимента %
-----------------	-------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------	-----------------------------

Молочные (кисломолочные) продукты	Масло сливочное	7	2	82,3	47%
	Сыр		3		
	Творог		2		
	Сметана		2		
	Молоко		3		
	Кефир		3		
	Йогурт		6		
Колбасные изделия	Колбаса сыро-копченая	2	4	91,6	13%
	Колбаса варено-копченая		3		
	Сосиски		4		
Крупы, каши	Рис	6	3	96,4	40%
	Гречка		2		
	Манка		2		
	Пшеника		2		
	Геркулес		4		

Коэффициент устойчивости определяется по формуле $K_y = \frac{Шу}{Шв} \cdot 100\% (1)$,

где Шу – широта устойчивого спроса, Шв – широта действительная.

Структура ассортимента определяется долей товарной группы в общем ассортименте торгового предприятия.

(После заполнения таблицы следует рассчитать коэффициенты широты, полноты ассортимента)

1. Формула широты ассортимента $K_w = \frac{Шд}{Шб} \cdot 100\% (2)$,

где Шд – широта действительная, Шб – широта базовая.

2. Формула полноты ассортимента $K_n = \frac{Пд}{Пб} \cdot 100\% (3)$,

где Пд – полнота, Пб – полнота базовая.

По полученным данным можно сделать вывод, что широта ассортимента товаров в «Магазине №6» в сравнении с конкурирующим ИП «Макси» составляет 16%, что позволяет говорить об узости ассортимента торгового предприятия в сравнении с конкурирующими организациями.

Полнота ассортимента по различным товарным группам варьируется от 12% до 34% в сравнении с конкурирующим ИП «Макси». Эти показатели также низкие и характеризуют ассортимент как недостаточно полный.

По опросам продавцов «Магазина №6», весь представленный в торговом предприятии ассортимент пользуется покупательским спросом, отсюда и высокие показатели устойчивости ассортимента.

Следует отметить, что «Магазина №6» относится к категории «магазин у дома» и имеет определенное количество постоянных покупателей, на чей спрос торговое предприятие и ориентируется в своей ассортиментной полити-

ке. Этим объясняется сравнительно небольшие показатели широты и полноты ассортимента и высокий уровень его устойчивости.

При организации сотрудничества с поставщиками «Магазин №6» руководствуется такими принципами, как надежность, качество продукции, соблюдение сроков поставки, цена товар, форма и сроки расчетов.

Наиболее выгодным решением является установление прямых договорных связей – это непосредственные договорные взаимоотношения с изготовителями продукции без участия других коммерческих посредников, так как при этом предприятие получает более высокие доходы. Основные поставщики-производители магазина представлены в Таблице 4.

Таблица 4

Сведения о поставщиках-посредниках товаров по состоянию на май 2016 г.

Поставщики-посредники	Ассортимент	Сумма закупок, тыс. руб.	Доля, %
Местные поставщики:			
Шунемская хлебопекарня	хлеб	10000	6
МПК «Стрела» г.Котлас	Колбасные изделия, мясная промышленность	35000	21
Поставщики из других регионов:			
ОАО ЛВЗ «Ярославский»	Ликеро – водочная продукция	100000	61
ОАО «Тарногский маслозавод»	Молочная продукция	20000	12
Итого	4	165000	100

Как видно из Таблицы 4, торговое предприятие «Магазин №6» отдает предпочтение региональным поставщикам-производителям.

А так же магазин сотрудничает с поставщиками-посредниками товаров. Они представлены в таблице 5.

Таблица 5

Сведения о поставщиках-производителях товаров по состоянию на май 2016 г.

Поставщики-посредники	Ассортимент	Сумма закупок, тыс. руб.	Доля, %
Местные поставщики:			
ООО «ДИАЛ Север»	Алкогольная продукция	75000	5,7
ООО «Каравелла»	Мороженое и полуфабрикаты	30000	2,3
Поставщики из других регионов:			
ООО «Макси»	Все пищевые продукты, напитки, табачные	1200000	92

	изделия		
Иностранные производители			
Итого	3	1305000	100

Анализируя таблицу 5, можно сделать вывод о том, что торговое предприятие «Магазин №6» в большей степени заключает договоры поставки с местными поставщиками посредниками и поставщиками-посредниками из соседних регионов.

Сотрудничество с данными субъектами хозяйствования осуществляется на основании договоров поставки, согласно которым, поставщик обязуется в обусловленные сроки, не совпадающие с моментом заключения договора, передавать покупателю в собственность товар, предназначенный для предпринимательских или иных целей, не связанных с личным потреблением, а покупатель обязуется принимать товар и платить за него определенную цену. Приведем пример условий взаимодействия с поставщиками в Таблице 6.

Таблица 6

Условия взаимодействия с поставщиками по состоянию на май 2016 г.

Поставщики	Условия взаимодействия				
	Срок поставки	Размер скидок	Условия оплаты	Способ и условия поставки	Размер штрафных санкций
ООО «Макси»	1 раз в две недели	3%	Наличными	Автомобильный транспорт	0,5%
ООО «Диал – сервер»	1 раз в 10 дней	5%	Наличными	Автомобильный транспорт	0,5%

Рассмотрим образец характеристики основных показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации на примере ООО«OSTIN».

ООО «OSTIN» завершило 2015 год с чистой прибылью в 146,15 млн. руб., что в 6,16 раза меньше показателя прибыли годом ранее – 899,74 млн. руб. Продажи компании «OSTIN» увеличились за 2015 год и составили 26,89 млрд. руб. по сравнению с прошлогодним показателем в 23,42 млрд. руб. Коммерческие расходы за отчетный период повысились на 16,66% до 14,97 млрд. руб. с 12,83 млрд. руб. годом ранее. Компания «OSTIN» за 2015 год получила прибыль от продаж в 994,45 млн. руб., что на 39,4% меньше показателя за аналогичный период прошлого года.

При написании ВКР предпочтительно использовать другую форму характеристики основных показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации (Таблица 7).

Таблица 7

**Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности
ИП Пестерев С.В. за 2014 – 2015 гг.**

Показатель финансово-хозяйственной деятельности, тыс. руб.	2014 г. , тыс. руб.	2015 г. , тыс. руб.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.	Относительное отклонение, %
Запасы	877	764	-113	-12,88
Денежные средства и денежные эквиваленты	23	21	-2	-8,69
Уставный капитал	500	500	0	0
Выручка	12730	13276	546	4,28
Себестоимость продаж	11997	12504	507	4,22
Валовая прибыль(убыток)	733	772	39	5,32
Управленческие расходы	418	487	69	16,50
Прибыль от продаж	315	285	-30	-9,52
Общая стоимость имущества	3563	3593	30	0,84
Величина собственных средств организации	815	785	-30	-3,68
Величина кредиторской задолженности	89	4	-85	-95,50
Среднесписочная численность работников	16	16	0	0

На основании произведенных расчетов, можно сделать вывод о том, что по сравнению с 2013 годом в 2014 году запасы уменьшились на 113 тыс. руб. (-12,88%); денежные средства и денежные эквиваленты уменьшились на 2 тыс. руб. (-8,69%); уставный капитал не изменился; выручка увеличилась на 546 тыс. руб. (4,28%); себестоимость продаж увеличилась на 507 тыс. руб. (4,22%); валовая прибыль увеличилась на 39 тыс. руб.(5,32%); управленческие расходы увеличились на 69 тыс. руб.(16,50%); прибыль от продаж уменьшилась на 30 тыс. руб.(-9,52%); общая стоимость имущества увеличилась на 30 тыс. руб.(0,84%); величина собственных средств организации уменьшились на 30 тыс. руб.(-3,68%); величина кредиторской задолженности уменьшилась на 85 тыс. руб.(-95,50%); среднесписочная численность работников осталась прежней.

Рекомендации по улучшению основных показателей финансово-хозяйственной деятельности: необходимо оптимизировать расходы предприятия, уменьшить управленческие расходы, уменьшить запасы, а собственные средства предприятия увеличить.

Приведём пример характеристики торгового предприятия по пункту 8:

Магазин оснащен всем необходимым торговым оборудованием. В торговом зале используют пристенное оборудование, прилавки, прилавки-витрины, холодильное оборудование, контрольно-кассовые машины (Таблица 8).

Таблица 8

Сведения о техническом оснащении ИП Пестерев С.В по состоянию на май 2016 г.

Виды оборудо- вания	Тип, марка	Кол-во единиц	Стоимость	Год ввода в эксплуатацию
Контрольно- кассовое	Кассовый аппарат АМС-100К	3	22000 руб	2004
Холодильное	Холодильная витрина ВХН-1,5Нова	5	39000 руб	2004
	Морозильный ларь, СЕРИЯ CLASSIC, (F 200 C) 230л	3	27000 руб	2007
	Холодильный шкаф КАПРИ 0,7 СК	2	40000 руб	2006
Весо- измерительное	Электронные весы SelleR SL-201P	3	25000	2007
Подъемно- транспортное	Тележка грузовая ТТ-300	1	6000	2008
Торгово- выставочное	Витрина универсальная OCTAVA SN 1200	4	35000	2005
	Стеллаж торговый пристенный L=1000 H=2300	5	15000	2007

Все торгово-техническое оборудование, используемое в магазине ИП Пестерев С.В., соответствует экономическим, эргономическим, эстетическим, техническим, санитарно-гигиеническим требованиям. Основным недостатком технического оснащения данной торговой организации является недостаток новейшего торгового оборудования: последний раз оборудование обновлялось 8 лет назад, в 2008 году.

3 ОСОБЕННОСТИ НАПИСАНИЯ ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Заключение ВКР должно содержать обобщения, выводы по результатам выполненной работы, данные о практической эффективности от внедрения, научную, экономическую ценность работы и предложения по совершенствованию предмета исследования.

Выводы необходимо формулировать конкретно. Можно выделить каждый вывод в отдельный абзац. Выводы должны соответствовать определенным во введении цели и задачам ВКР. В заключении можно указать на те вопросы, которые нуждаются в дальнейшей разработке, и наметить перспективные направления исследования данной темы.

Приведем пример написания заключения ВКР:

В ходе дипломной работы была достигнута цель написания дипломной работы – проанализирован Стандарт фирменного обслуживания клиентов ООО «OSTIN».

В соответствии с поставленной целью были решены следующие основные задачи дипломной работы:

1) рассмотрено содержание, принципы формирования стандарта фирменного обслуживания клиентов, роль в современных экономических условиях.

Стандарты фирменного обслуживания клиентов – это совокупность корпоративных документов, устанавливающих общие правила обслуживания клиентов, порядок действий сотрудников в типовых ситуациях и способы реагирования в особых случаях.

Основная цель внедрения Стандартов в торговой организации – обеспечить компании стратегическое конкурентное преимущество;

2) изучена технология разработки и процедура внедрения Стандарта фирменного обслуживания клиентов розничного торгового предприятия.

Стандарты являются корпоративной разработкой торговой компании, существуют зачастую в форме устных правил и традиций. Однако наиболее правильным является наличие прописанных стандартов в виде регламента, обязательного к исполнению всеми сотрудниками. Необходимо разработать некий усреднённый алгоритм, который позволит оптимизировать этот процесс и сделать его более сжатым по времени;

3) дана общая характеристика деятельности и проанализированы показатели финансово – хозяйственной деятельности ООО «OSTIN» за 2014 – 2015 гг.

Положительной тенденцией развития торгового предприятия является увеличение продаж на 3,47 млрд. руб.

Негативным аспектом развития стало значительное снижение чистой прибыли (в 6, 16 раз по сравнению с показателями 2014 года). Также негативной тенденцией является повышение коммерческих расходов на 16,66%, снижение прибыли от продаж на 39,4% по сравнению с показателями аналогичных периодов прошлого года;

4) проведён анализ стандарта фирменного обслуживания клиентов ООО «OSTIN», который показал, что в целом Стандарт фирменного обслуживания клиентов ООО «Остин» соответствует установленным критериям (конкретности, измеряемости, реальности и так далее). Однако в ряде формулировок наблюдается неточность, некорректность, неоднозначность изложенного. Можно порекомендовать в ближайшее время приступить к устранению этих недостатков.

В целом цель написания ВКР достигнута, поставленные задачи решены, тема раскрыта.

4 ОСОБЕННОСТИ ВЫПОЛНЕНИЯ ВКР ПО УЧЕТНЫМ ТЕМАМ

Во второй главе автор рассматривает организационную характеристику базы исследования (по данным Устава и Учетной политики), организационную структуру, а также дает экономическую характеристику торгового предприятия, на основе данных которого выполняется работа. Выпускник приводит экономические показатели деятельности минимум за 3 года, такие, как стоимость товаров, выручка от реализации, прибыль.

Третья глава - практическая. В ней автор на конкретных примерах рассматривает организацию бухгалтерского учета на предприятии торговли, подкрепляя теоретический материал, изложенный в первой главе практическими данными. Обязательным требованием является отражение реальных хозяйственных операций (фактов экономической жизни) с указанием дат, номеров первичных документов, содержания операций, корреспонденции счетов, сумм и Ф.И.О. бухгалтера, оформившего операцию.

В четвертой главе автор перечисляет выявленные в ходе исследования недостатки в постановке, организации и ведении бухгалтерского учета, предлагает варианты выхода из сложившейся ситуации, не противоречащие законодательству. Также обосновываются мероприятия по совершенствованию организации бухгалтерского учета, рассчитывается экономический эффект.

В целях сокращения объема основной части выпускной квалификационной работы, заполненные бухгалтерские и другие документы по теме исследования, схемы, таблицы, графики, рисунки оформляются в виде приложений. На каждое из них должна быть ссылка в тексте.

5 ПРИМЕРНЫЙ ПЛАН ВКР ПО УЧЕТНЫМ ТЕМАМ

Тема. Организация бухгалтерского учета торгового предприятия на примере ... (база исследования)

Введение

1. Теоретические основы организации бухгалтерского учета торгового предприятия

1.1. Общие принципы постановки бухгалтерского учета в торговом предприятии

1.2. Документирование операций и документооборот

1.3. Бухгалтерский аппарат, его структура и функции

1.4. План счетов бухгалтерского учета, применяемый предприятиями торговли

1.5. Формы бухгалтерского учета

1.6. Организация синтетического и аналитического учета

1.7. Инвентаризация, порядок проведения

1.8. Отчетность торгового предприятия

2. Организационно-экономическая характеристика ... (базы исследования)

2.1. Организационная характеристика ... (базы исследования)

2.2. Анализ деятельности ... (базы исследования)

3. Организация бухгалтерского учета в ... (база исследования) (выделяются подпункты)

4. Совершенствование организации бухгалтерского учета в ... (база исследования)

Заключение

Список использованных источников

Приложения

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Васильева, А.В. Методики оценки конкурентоспособности предприятия: учебно-методическое пособие / А.В. Васильева. – Благовещенск: АмГУ, 2012. – 115 с.

2. Иванов, Г.Г. Организация и технология коммерческой деятельности: учебное пособие / Г.Г. Иванов. – 4-е издание, стереотипное. – Москва: Академия, 2013. – 268 с.

3. Иванов, Г.Г. Организация торговли: учебник / Г.Г. Иванов. – Москва: Академия, 2014. – 191 с.

4. Парамонова, Т. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: учебное пособие / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. – Москва: КНОРУС, 2013. – 120 с.

Электронные ресурсы

5. Наука и техника, экономика и бизнес [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: www.nauki-online.ru/ekonomika

6. Экономический портал [Электронный ресурс]: официальный информационный сайт. – Режим доступа: <http://institutiones.com/>.