

1.5. Проверить текст выпускной квалификационной работы на стилистику с использованием программы например, используя ресурс <http://do.esprezo.ru/text-improving>

Форма отчетности

Текстовый документ, содержащий результат проверки (опубликовать в электронном портфолио, ссылка в отчете)

Главная Проверка Справочник Бюро Книга Лекция

Чистота Читаемость

В текущем газетном материале проведен анализ вероятностных моделей пространственного взаимодействия. С этой целью автором работы изучен ряд источников, проведены беседы с сотрудниками компании в лице главного разработчика, руководителя ИТ-департамента и руководителя информационно-аналитического департамента, на основании этого сделаны выводы и точен ориент сотрудников о различных моделях пространственного взаимодействия.

Анализ литературы [4, 12, 24] позволил сделать вывод о том, что вероятностные модели пространственного взаимодействия дают возможность определить привлекательность и потенциальный объем покупателей для определенной торговой точки.

У каждого потребителя имеется ряд факторов, которые влияют на выбор магазина. В качестве таких факторов могут выступать территориальная близость торговой точки, площадь торгового зала, наличие скидок и акций, парковочные места, ассортимент товаров и т.д. Соответственно, учитывая личные предпочтения, потребитель выбирает «свой» магазин среди других альтернативных вариантов.

По итогам беседы со специалистами компании были выделены следующие признаки, по которым покупатель определяет наиболее привлекательную для себя торговую точку:

- 1) потребительские знания, предпочтения;
- 2) территориальное расположение торговой точки;
- 3) конкурентная среда.

8,6

Баллов из 10
по шкале "Чистота"

4 предложения
151 слово, 1302 знака

11 стоп-слов. Основные проблемы: неопределенность
финансы, неопределенность, плохой выбор

Главная Проверка Справочник Бюро Книга Лекция

Чистота Читаемость

В текущем газетном материале проведен анализ вероятностных моделей пространственного взаимодействия. С этой целью автором работы изучен ряд источников, проведены беседы с сотрудниками компании в лице главного разработчика, руководителя ИТ-департамента и руководителя информационно-аналитического департамента, на основании этого сделаны выводы и точен ориент сотрудников о различных моделях пространственного взаимодействия.

Анализ литературы [4, 12, 24] позволил сделать вывод о том, что вероятностные модели пространственного взаимодействия дают возможность определить привлекательность и потенциальный объем покупателей для определенной торговой точки.

У каждого потребителя имеется ряд факторов, которые влияют на выбор магазина. В качестве таких факторов могут выступать территориальная близость торговой точки, площадь торгового зала, наличие скидок и акций, парковочные места, ассортимент товаров и т.д. Соответственно, учитывая личные предпочтения, потребитель выбирает «свой» магазин среди других альтернативных вариантов.

По итогами беседы со специалистами компании были выделены следующие признаки, по которым покупатель определяет наиболее привлекательную для себя торговую точку:

- 1) потребительские знания, предпочтения;
- 2) территориальное расположение торговой точки;
- 3) конкурентная среда.

8,8

Баллов из 10
по шкале "Читаемость"

4 предложения
134 слова, 1394 знака

11 стоп-слов. Основные проблемы: Грамматический запол
неуловимы словами, деепричастие, синтаксис