

Автономная некоммерческая образовательная организация  
высшего образования Центросоюза Российской Федерации  
«Российский университет кооперации»

**РЕШЕНИЕ НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКОГО СОВЕТА  
от 22.09.2016 года (протокол №1)**

*Об утверждении примерной тематики  
выпускных квалификационных работ на 2017 год*

Заслушав и обсудив сообщение руководителя Департамента образовательных программ Морозовой Е.А.,

**НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ СОВЕТ РЕШИЛ:**

1. Утвердить примерную тематику выпускных квалификационных работ на 2017 год (прилагается).
2. Заведующим выпускающими кафедрами организовать назначение научных руководителей и закрепление тем выпускных квалификационных работ в соответствии с установленными требованиями.

Председатель Научно-методического совета

В.Ю. Дианова



**ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА  
ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Чебоксарский кооперативный институт**

**по направлению подготовки 38.04.01 Экономика  
магистерская программа «Внешнеэкономическая  
деятельность компаний»  
(Кафедра экономики)**

1. Особенности организации внешнеэкономической деятельности предприятий дотационных регионов.
2. Оценка финансово-хозяйственного потенциала внешнеэкономической деятельности экспортно-ориентированных предприятий.
3. Организационные особенности внешнеэкономической деятельности предприятий в условиях глобализации.
4. Внешнеэкономическая деятельность предприятий Российской Федерации в условиях ограниченного доступа на мировой рынок.
5. Направления создания конкурентных преимуществ предприятий на зарубежных рынках.
6. Исследование конъюнктуры внешнего рынка как необходимое условие стабильной деятельности фирмы.
7. Перспективы государственного регулирования экспортной деятельности международных и российских компаний.
8. Направление совершенствования международной инновационной торговли в современных условиях.
9. Особенности международной торговли услугами в условиях глобализации.
10. Стратегическое управление внешнеэкономической деятельностью предприятия.
11. Процессный подход к управлению внешнеэкономической деятельностью промышленных предприятий.
12. Специфика управления внешнеэкономической деятельностью предприятий сферы услуг в условиях ограниченного доступа на мировой рынок.
13. Внешнеэкономическая деятельность российских компаний на азиатских рынках.
14. Методология оценки эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий как часть международного менеджмента.
15. Управление конкурентоспособностью внешнеторговых компаний.

16. Стратегическое планирование внешнеэкономической деятельности компаний в условиях глобализации.

17. Логистические технологии во внешнеэкономической деятельности компаний.

18. Диверсификация внешнеэкономической деятельности предприятий: проблемы, методы совершенствования.

19. Инновационные подходы в развитии внешнеэкономической деятельности предприятий.

20. Методологические подходы в разработке программы развития внешнеэкономической деятельности предприятий региона.

21. Особенности российского экспорта на мировом рынке товаров (услуг) и пути их решения.

22. Методология оценки привлекательности зарубежных партнеров как часть внешнеэкономической деятельности компаний региона.

23. Внешнеэкономическая деятельность субъектов малого и среднего бизнеса.

24. Внешнеэкономическая деятельность компаний как фактор развития региона.

25. Международный маркетинговый подход к развитию внешнеэкономической деятельности предприятий региона.

26. Перспективы развития внешнеэкономических связей России с ЕС.

27. Правовые условия деятельности иностранных компаний на рынке региональных объединений.

28. Особенности современной политики Газпрома (можно взять другую компанию Российской Федерации) в ЕС.

29. Влияние иностранных инвестиций на экономическое развитие принимающего государства.

30. Роль приватизации в стимулировании притока иностранных инвестиций в экономику стран Восточной Европы.

31. Современные аспекты торговли промышленной и интеллектуальной собственностью.

32. Международная торговая практика в регулировании внешнеторговых сделок.

33. Мировой рынок нефти и нефтепродуктов: состояние, перспективы развития.

34. Современное состояние и особенности развития мирового рынка продукции химической промышленности.

35. Современные тенденции развития рынка лесоматериалов и продукции целлюлозно-бумажной промышленности.

36. Государственное страхование экспорта как фактор развития международной торговли.

37. Брендинг и ребрендинг российских компаний на мировом рынке товаров и услуг.

38. Разработка стратегии внешнеэкономической деятельности компании.

39. Оффшорный бизнес в повышении эффективности внешнеторговых операций.

40. Международный лизинг как метод финансирования деятельности российских компаний.

41. Конкурентные позиции российских ТНК на мировом топливно-энергетическом рынке.

42. Проблемы и перспективы деятельности российских компаний на международном рынке туристических услуг.

43. Формирование инвестиционной стратегии малого бизнеса: мировой опыт и российская практика.

44. Стратегия проникновения предприятия на международный рынок (на примере отрасли).

45. Оптимизация структуры капитала международной компании.

46. Стратегические направления развития торгово-экономического сотрудничества России и Китая.

47. Стратегия деятельности ТНК на мировом рынке.

48. Российские компании на мировом товарном рынке: конкурентные позиции и стратегия деятельности.

49. Стратегия инвестирования российских нефтяных компаний на зарубежных рынках.

50. Зарубежные компании-автопроизводители на российском рынке: оценка действий и перспективы развития.

51. Лизинговые операции во внешнеэкономической деятельности компании: проблемы и перспективы развития.

52. Стратегические направления роста конкурентоспособности российских компаний на мировом рынке.

53. Выход российских компаний на зарубежный рынок: новые возможности и проблемы функционирования.

54. Использование инструментов электронной торговли в экспортно-импортных операциях.

55. Внешнеэкономическая политика регионов: содержание и механизмы реализации.

56. Возможности повышения эффективности маркетинговой деятельности компании, работающей на международном рынке.

57. Сравнение международной маркетинговой стратегии мультинациональных компаний в различных странах.

58. Маркетинговая стратегия розничных торговых сетей в России и за рубежом.

59. Внешнеэкономическая деятельность предприятий малого бизнеса в условиях глобализации мировой экономики: инновационный аспект.

60. Управление внешнеэкономической деятельностью предприятия (организации).