

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
ЧЕБОКСАРСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета

«04» июля 2018 г., протокол № 8

Председатель, ректор  В.В. Андреев

**ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ
(МАГИСТЕРСКИХ ДИССЕРТАЦИЙ)
на 2018-2019 учебный год**

**направление подготовки 38.04.06 «Торговое дело»
магистерская программа «Инновационная коммерческая деятельность»**

1. Развитие инновационных коммерческих процессов в торговле региона.
2. Инновационный подход в стратегическом управлении торговым предприятием.
3. Инновационные технологии в малом бизнесе.
4. Оценка инновационного потенциала коммерческой деятельности предприятия.
5. Формирование инновационной среды как фактор осуществления эффективной коммерческой деятельности.
6. Оценка эффективности инновационной коммерческой деятельности предприятия.
7. Стимулирование инновационной деятельности потребительских обществ региона.
8. Моделирование инновационного управления коммерческой деятельностью на стратегическом уровне.
9. Организационно-технические мероприятия по обеспечению инновационного развития торгового предприятия.
10. Совершенствование коммерческой деятельности предприятий торговли на региональном рынке.
11. Применение инструментов маркетинга в коммерческой деятельности предприятия.
12. Маркетинговая стратегии в инновационной коммерческой деятельности предприятий
13. Формы современной конкуренции и их влияние на организацию коммерческой деятельности в торговле.
14. Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в коммерции.
15. Инновационный подход к организации продвижения и сбыта товаров на промышленном предприятии системы потребительской кооперации.
16. Сбытовая стратегия производственного предприятия системы потребительской кооперации на основе электронной коммерции.
17. Обеспечение конкурентоспособности предприятий потребительской кооперации.
18. Совершенствование коммерческой деятельности предприятия посредством PR-технологий.
19. Повышение эффективности рекламных технологий в коммерческой деятельности предприятия на рынке товаров и услуг.
20. Разработка системы позиционирования и продвижения товарных марок.
21. Повышение эффективности функционирования торговых предприятий на основе внедрения Sales Expert.
22. Организационно-технические мероприятия по внедрению автоматизированной системы

- управления торговлей.
23. Системный подход к формированию информационного обеспечения инновационных коммерческих процессов в сфере товарного обращения.
 24. Информационные технологии в системе стратегического управления предприятием розничной торговли.
 25. Особенности внедрения инновационных информационных технологий в системе потребительской кооперации.
 26. Автоматизация взаимоотношений предприятий торговли с клиентами в среде Quick Sales.
 27. Формирование коммерческих связей торговых предприятий с поставщиками товаров на основе инновационных информационных технологий.
 28. Оптимизация системы торгово-закупочной деятельности в оптовом торговом предприятии.
 29. Инновация в закупочной деятельности предприятия потребительской кооперации.
 30. Оптимизации системы торгово-закупочной деятельности в оптовом торговом предприятии на инновационной основе.
 31. Развитие интеграционных и кооперированных связей предприятий потребительской кооперации с сельскими товаропроизводителями.
 32. Стратегии, формы и методы ценовой и неценовой конкуренции на современных рынках товаров и услуг.
 33. Стратегические решения в области маркетинговой деятельности коммерческого предприятия.
 34. Стратегия развития коммерческой деятельности предприятия на основе внедрения логистической системы управления товарными запасами.
 35. Стратегическое планирование развития коммерческой деятельности торгового предприятия.
 36. Разработка бизнес-плана инвестиционного проекта внедрения инновационной технологии.
 37. Разработка бизнес-проекта создания предприятия по переработке сельскохозяйственной продукции в потребительской кооперации региона.
 38. Разработка бизнес-направлений по использованию местных сырьевых ресурсов на предприятиях потребительской кооперации.
 39. Категорийный менеджмент как инновационный подход к управлению коммерческой деятельностью предприятия.
 40. Внедрения CRM - системы в коммерческой деятельности торгового предприятия.
 41. Формирование ассортимента товаров и услуг в розничных торговых предприятиях на основе категорийного подхода.
 42. Развитие предприятия оптовой торговли на основе внедрение инновационных технологий.
 43. Организация управления товарными потоками с использованием складской информационной технологии.
 44. Организация складского технологического процесса в распределительном центре торгового предприятия на основе инновационного подхода.
 45. Организация управления товарными потоками с использованием складской информационной технологии.
 46. Инновационное управление товарными запасами в торговых предприятиях.
 47. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли и пути ее повышения.
 48. Развитие и совершенствование коммерческой деятельности оптового предприятия на инновационной основе.
 49. Разработка ассортиментной политики торгового предприятия на рынке продовольственных (непродовольственных) групп товаров.

50. Стратегия развития современных торговых сетей.
51. Сетевой подход как инновация в управлении торговым предприятием.
52. Организации торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет.
53. Организация и развитие электронной торговли в потребительской кооперации.
54. Разработка стратегии развития розничной торговой сети в сельском административном районе.
55. Современный формат розничных торговых предприятий, концептуальные основы их развития в регионе.
56. Теория и методология совершенствования торгово-технологического процесса в магазине.
57. Техническая оснащенность розничных торговых единиц и их влияние на эффективность коммерческой деятельности.
58. Совершенствование технологической планировки магазина на основе внедрения инновационной технологии.
59. Обоснование проекта внедрения инновационной технологии в торговом обслуживании покупателей.
60. Повышение эффективности торгового обслуживания покупателей в магазине на основе использования элементов мерчандайзинга.
61. Разработка корпоративного стандарта в организации работы торговых предприятий.
62. Разработка стандартов обслуживания потребителей в сфере торговли и услуг.
63. Организация сервиса в сфере розничной торговли и его влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия.
64. Разработка сервисной политики в потребительских обществах как фактора повышения эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия.
65. Повышение эффективности функционирования торгового предприятия на основе бенчмаркинга.
66. Лизинг как метод инвестирования в совершенствование материально-технической базы предприятия.
67. Франчайзинг как современная форма кооперации в коммерческой деятельности торгового предприятия.
68. Разработка инновационных систем обеспечения экономической безопасности на предприятии сферы коммерции.

Обсуждено и рекомендовано к утверждению решением кафедры торгового дела и товароведения от 29.06.2018, протокол № 22.

Зав. кафедрой торгового дела и товароведения



Л.В. Михайлова