

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

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета

«07» 07 2020 г., протокол № 6

Председатель, ректор  В.В. Андреев

ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ
ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ
на 2020-2021 учебный год

специальность **38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»**

1. Организация коммерческой деятельности оптового предприятия.
2. Организация коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
3. Организация коммерческой деятельности потребительского общества.
4. Организация коммерческой деятельности и перспективы развития ритейла.
5. Анализ коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
6. Анализ коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
7. Анализ коммерческой деятельности производственного предприятия.
8. Анализ коммерческой деятельности предприятия по оказанию услуг покупателям.
9. Анализ коммерческой деятельности предприятия по оказанию транспортных услуг.
10. Анализ коммерческой деятельности предприятия общественного питания.
11. Конкурентоспособность коммерческого предприятия, ее оценка и направления повышения.
12. Оценка конкурентоспособности товаров и конкурентных преимуществ организации.
13. Организация маркетинговых исследований рынка товаров (*на примере однородных групп товаров*).
14. Сегментация целевой аудитории предприятия и направления ее совершенствования.
15. Организация маркетинговой деятельности оптового предприятия.
16. Организация маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия.
17. Маркетинговые коммуникации торгового предприятия и их совершенствование.
18. Разработка коммуникационной стратегии организации.
19. Особенности диджитал рекламы в коммуникационной стратегии предприятия.
20. Рекламно-информационная работа предприятия.
21. Роль рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.
22. Формирование и управление ассортиментом товаров на оптовом торговом предприятии.
23. Формирование и управление ассортиментом товаров на розничном торговом предприятии.
24. Формирование и управление ассортиментом товаров на предприятии общественного питания.
25. Формирование и управление номенклатурой товаров на производственном предприятии.
26. Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров и обеспечение их выполнения.
27. Формирование хозяйственных связей оптовых торговых предприятий с покупателями.

28. Организация и технология выполнения складских операций на оптовом предприятии.
29. Формирование и управление товарными запасами оптового торгового предприятия.
30. Формирование и управление товарными запасами розничного торгового предприятия.
31. Формирование и управление товарными запасами производственного предприятия.
32. Организация товароснабжения оптового торгового предприятия.
33. Организация товароснабжения розничного торгового предприятия.
34. Организация товароснабжения производственного предприятия.
35. Организация товароснабжения предприятия общественного питания.
36. Организация закупочной деятельности розничного торгового предприятия.
37. Организация торгово-технологического процесса магазина.
38. Организация и охрана труда на предприятии.
39. Использование приёмов мерчандайзинга в торговом зале магазина.
40. Методы стимулирования продаж производственного предприятия.
41. Стимулирование продажи товаров на оптовом торговом предприятии.
42. Стимулирование продажи товаров на розничном торговом предприятии.

Обсуждено и рекомендовано к утверждению на заседании кафедры товароведения и технологии общественного питания от 07.07.2020 г., протокол №11.

Заведующий кафедрой товароведения
и технологии общественного питания



А.Д. Димитриев