

АВТОНОМНАЯ 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**

Направление подготовки **38.04.06 «Торговое дело»**

Направленность (профиль) **«Инновационная коммерческая деятельность»**

для набора 2020 года

1. Стратегическое планирование развития коммерческой деятельности предприятия.
2. Совершенствование форм и способов исследования инновационных процессов в коммерческой деятельности предприятия
3. Анализ и прогнозирования инновации в коммерческой деятельности предприятия.
4. Создание условий для осуществления инновационной коммерческой деятельности предприятия.
5. Интеграционные процессы в потребительской кооперации: состояние, инновационное развитие.
6. Инновационный потенциал коммерческой деятельности предприятий: состояние, пути повышения.
7. Стимулирования инновационной коммерческой деятельности предприятия в торговле.
8. Совершенствование управления инновационной коммерческой деятельностью предприятия.
9. Разработка модели инновационного управления коммерческой деятельностью на стратегическом уровне.
10. Оценка эффективности инновационной коммерческой деятельности предприятия.
11. Инвестиция в инновационную коммерческую деятельность предприятия.
12. Оценки эффективности инновационно-инвестиционных проектов и программ в торговле.
13. Бизнес-планирование инвестиционного проекта внедрения новой технологии.
14. Информационное обеспечение коммерческой деятельности предприятия.
15. Автоматизированная система управления коммерческими процессами на торговых предприятиях.
16. Внедрения информационных технологий в системе потребительской кооперации.
17. Проблемы внедрения мобильных систем для управления торговлей в системе потребительской кооперации и пути их решения.
18. Концептуальные основы развития торговли на основе внедрения инновационных информационных технологий.
19. Внедрения CRM – системы в коммерческой деятельности предприятий: проблемы, пути их разрешения
20. Автоматизация взаимоотношений предприятий торговли с клиентами.
21. Оценка технико-технологического уровня предприятия в сфере коммерции.
22. Организация и совершенствование коммерческой деятельности предприятий на

региональном рынке.

23. Развитие коммерческой деятельности оптового торгового предприятия на инновационной основе.

24. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.

25. Коммерческие риски и инновационные мероприятия по их снижению.

26. Обоснование внедрения интеллектуальной системы экономической безопасности торгового предприятия.

27. Формы современной конкуренции и их влияние на содержание коммерческой деятельности предприятия.

28. Обеспечение конкурентоспособности предприятий сферы торговли.

29. Механизм антикризисного управления в сфере коммерции.

30. Хозяйственные связи торговых предприятий с поставщиками: состояние, инновационное развитие.

31. Франчайзинг как форма кооперации в коммерческой деятельности предприятия.

32. Разработка элементов корпоративного стандарта в организации работы торговых предприятий.

33. Моделирование проблемных ситуаций в коммерции и принятие инновационных решений в деятельности предприятия.

34. Организация сбыта и продвижения продукции на предприятии с использованием IT-технологии.

35. Внедрение инновационной технологии на предприятии оптовой торговли.

36. Реализация сбытовой стратегии производственного предприятия системы потребительской кооперации на основе электронной коммерции.

37. Инновационный подход к формированию ассортимента и управлению товарными запасами на розничных торговых предприятиях

38. Инновационный подход к управлению товарными запасами на торговых предприятиях.

39. Разработка стратегии развития бизнес-направлений по использованию местных сырьевых ресурсов на предприятиях потребительской кооперации.

40. Развитие интеграционных и кооперированных связей предприятий потребительской кооперации с предприятиями аграрного сектора экономики

41. Разработка инвестиционного проекта создания предприятия по переработке сельскохозяйственной продукции в потребительской кооперации региона.

42. Категорийный менеджмент как инновационный подход к управлению коммерческой деятельностью предприятия.

43. Совершенствование коммерческой деятельности предприятия на основе внедрения информационных технологий.

44. Организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет.

45. Разработка ассортиментной политики торгового предприятия на рынке продовольственных/непродовольственных товаров.

46. Лизинг как метод инвестирования в инновационное развитие материально-технической базы.

47. Устройство и планировка магазина на основе внедрения инновационной технологии.

48. Инновационный подход к организации и технологии товароснабжения розничных торговых предприятий.

49. Организация инновационного торгового сервиса в сфере розничной торговли.

50. Инновация в выставочной и ярмарочной деятельности.

51. Использование рекламных и PR-технологий в коммерческой деятельности предприятия.

52. Разработка системы позиционирования и продвижения товарных марок, управление брендом.

53. Ценообразование в коммерческой деятельности предприятия.

54. Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в маркетинге.

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