

Примерная тематика выпускных квалификационных работ для специальности

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

1. Организация и планирование сбыта товаров на потребительском рынке.
2. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров.
3. Особенности формирования сбытовой стратегии торговой организации.
4. Особенности торговли непродовольственными товарами и способы ее активизации.
5. Совершенствование коммерческой деятельности в мелкооптовой торговле.
6. Анализ стратегии продвижения товаров и стимулирования сбыта в торговых сетях.
7. Стратегическое планирование торгово-сбытовой деятельности коммерческого предприятия.
8. Совершенствование сети сбыта продукции на коммерческом предприятии.
9. Управление торгово-сбытовыми процессами в магазине.
10. Анализ коммерческой деятельности организации.
11. Анализ влияния качества рекламного контента на эффективность деятельности коммерческой организации.
12. Анализ конкурентоспособности и конкурентных преимуществ коммерческой организации.
13. Конкуренция и конкурентоспособность с позиции маркетинга на предприятиях торговли.
14. Маркетинговые задачи удержания лояльности потребителей.
15. Методы изучения покупательского спроса в коммерческой организации и их применение для обоснования коммерческих решений.
16. Методы стимулирования продажи товаров с целью увеличения товарооборота.
17. Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятия.
18. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.
19. Анализ маркетингового подхода в обслуживании клиентов торгового предприятия.
20. Анализ программ лояльности и управления долгосрочными отношениями с клиентами.
21. Роль брендинга и фирменного стиля в коммерческой деятельности предприятия.
22. Анализ маркетинговой политики розничного торгового предприятия.
23. Совершенствование маркетинговой деятельности оптово-розничного предприятия.
24. Роль ценообразования в сфере коммерческого предпринимательства.
25. Формирование спроса и стимулирование продаж на предприятиях торговли.
26. Анализ, характеристика и совершенствование ассортимента на розничном торговом предприятии.
27. Выбор поставщиков товаров в коммерческой деятельности торгового предприятия.
28. Задачи ассортиментной политики и пути ее совершенствования.
29. Методы определения показателей качества продукции.
30. Исследование ассортимента и оценка конкурентоспособности товаров.
31. Организация и технология розничной торговли отдельными видами продовольственных товаров.
32. Оценка и роль факторов, влияющих на формирование ассортимента товаров.
33. Методы анализа ассортимента в целях совершенствования товарной политики.
34. Роль стандартизации и подтверждения соответствия в оценке качества и безопасности продуктов питания.
35. Роль размещения и выкладки товаров в коммерческой деятельности предприятия.
36. Технология товароснабжения розничной торговли и ее совершенствование в целях повышения эффективности деятельности коммерческой организации.

37. Упаковка и маркировка как фактор сохранности качества и конкурентоспособности потребительских товаров.
38. Управление качеством продукции на предприятиях торговли.
39. Управление товарными запасами на предприятии.
40. Формирование ассортимента товаров на предприятиях оптовой торговли.
41. Использование мерчендайзинга в организациях розничной торговли.
42. Коммуникативная политика торгового предприятия и ее роль в увеличении объема продаж предприятия.
43. Методы оптовой продажи товаров со складов оптового предприятия и пути их совершенствования.
44. Организация закупок в коммерческой деятельности торговой фирмы.
45. Организация обслуживания корпоративных клиентов коммерческой организации.
46. Организация процесса продажи товаров (услуг) и торгового обслуживания покупателей в розничной торговле.
47. Организация работы менеджера отдела продаж коммерческого предприятия.
48. Организация работы продавца-консультанта.
49. Организация рабочего места продавца продовольственных товаров.
50. Совершенствование модели управления качеством обслуживания на предприятиях торговли.
51. Технологии торговли и методы их совершенствования.
52. Развитие и совершенствование инструментов продвижения продукции в коммерческих организациях в условиях конкуренции.
53. Ценовая политика торгового предприятия, ее влияние на позиционирование предприятия на рынке.
54. Формирование спроса на предприятиях розничной торговли.
55. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятий розничной торговли.
56. Организация закупки и продажи потребительских товаров на предприятиях оптовой торговли.
57. Управление товарными запасами на предприятиях оптовой (розничной) торговли.
58. Организация сбыта товаров в оптовой торговле и оценка его эффективности.
59. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
60. Формирование оптимального торгового ассортимента на предприятии розничной торговли.
61. Эффективность коммерческой деятельности торговой организации в современных условиях.
62. Организация и планирование коммерческой деятельности торгово – посреднической фирмы.
63. Роль мерчендайзинга в организации продвижения товаров в торговых сетях.
64. Особенности организации продвижения товара и стимулирования сбыта.
65. Ассортиментная политика торговой организации.
66. Организация закупок товаров потребительского назначения в розничной торговой организации.
67. Формирование товарных запасов в розничной торговой организации.
68. Формирование ассортимента товаров в коммерческой деятельности торговой организации.
69. Организация розничной торговли и пути ее совершенствования.
70. Оценка качества обслуживания потребителей в розничной торговой организации.
71. Анализ рекламной деятельности розничной торговой организации.
72. Обеспечение конкурентоспособности розничной торговой организации.
73. Управление процессом обслуживания потребителей в торговой организации.
74. Управление ассортиментом товаров и услуг в торговой организации.

75. Направления повышения конкурентоспособности торговой организации.
76. Организация процесса продажи товаров и обслуживания покупателей в розничной торговле.
77. Организация коммерческой деятельности в розничной торговой организации.
78. Маркетинговый подход к организации коммерческой деятельности торговой организации.
79. Повышение эффективности управления товарными запасами на предприятии.
80. Совершенствование коммерческой деятельности на предприятии розничной торговли.
81. Совершенствование коммерческой деятельности на предприятии оптовой торговли.
82. Совершенствование ассортиментной политики коммерческого предприятия.
83. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности производственного предприятия.
84. Повышение эффективности управления товарными запасами на коммерческом предприятии.
85. Совершенствование технологии размещения и выкладки товаров в торговом зале коммерческого предприятия.
86. Формирование ассортимента предприятия оптовой (розничной) торговли.
87. Повышение эффективности организации коммерческой деятельности на предприятиях сферы услуг.
88. Совершенствование процесса продажи товаров в розничной торговле.
89. Совершенствование системы товародвижения готовой продукции на коммерческом предприятии.
90. Совершенствование стратегии продвижения товара и стимулирования сбыта на предприятии торговли.