**38.03.06 Торговое дело**

### *Кафедра торгового дела и маркетинга*

### **Примерная тематика выпускных квалификационных работ**

1. Оценка эффективности размещения торговых объектов на потребительском рынке.
2. Корпоративная культура как фактор повышения эффективного управления деятельностью торговой организации.
3. Разработка конкурентной стратегии торговой организации на потребительском рынке.
4. Управление рекламной деятельностью в торговой организации и оценка ее эффективности.
5. Повышение эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия посредством выбора оптимальных методов поставки товаров.
6. Оценка эффективности складского процесса предприятия оптовой торговли.
7. Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия розничной торговли на потребительском рынке.
8. Повышение эффективности коммерческой деятельности интернет-магазина через управление ассортиментом.
9. Специфика и эффективность применения в розничной организации различных методов продаж.
10. Совершенствование процесса продажи товаров и повышения качества торгового обслуживания покупателей.
11. Стимулирование продаж на предприятии розничной торговли как условие повышения эффективности ее деятельности.
12. Бенчмаркинг как инновационный прием совершенствования деятельности торговой организации.
13. Разработка бизнес-плана по перспективному развитию организации в современных условиях.
14. Совершенствование закупочной деятельности предприятия в условиях цифровой экономики.
15. Совершенствование коммерческой деятельности предприятия в условиях цифровой экономики.
16. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия в условиях цифровой экономики.
17. Совершенствование логистической деятельности предприятия в условиях цифровой экономики.
18. Совершенствование рекламной деятельности предприятия в условиях цифровой экономики.
19. Совершенствование сбытовой деятельности предприятия в условиях цифровой экономики.
20. Совершенствование системы обслуживания покупателей на основе использования маркетинговых технологий на предприятиях торговли.
21. Совершенствование системы продвижения продукции на предприятии с использованием цифровых технологий.
22. Электронная коммерция как средство повышения эффективности традиционной торговли.
23. Повышение эффективности деятельности предприятия торговли через управление товарными запасами.
24. Рекламные средства и технологии как инструмент повышения эффективности продаж.
25. Ценообразование как элемент экономической стратегии торговой организации на потребительском рынке.
26. Повышение рентабельности деятельности предприятия торговли в условиях применения цифровых технологий.
27. Повышение эффективности деятельности предприятия торговли посредством совершенствования ресурсного потенциала.
28. Повышение эффективности торгово-технологических процессов в торговле с использованием информационных технологий.
29. Совершенствование складирования товаров в условиях цифровой экономики.
30. Совершенствование деятельности предприятия на основе электронной коммерции.
31. Стартап интернет-магазина по продаже…
32. Проектирование интернет-магазина для предприятия розничной торговли.
33. Разработка стратегии формирования интегрированных каналов сбыта продукции региональных товаропроизводителей.
34. Проектирование digital-стратегии предприятия.
35. Планирование маркетинга на предприятии торговли как инструмент повышения эффективности его деятельности.
36. Формирование стратегии продвижения продукции местных товаропроизводителей на региональный и внешний рынки.
37. Стратегический анализ как обоснование направлений развития и повышения эффективности деятельности предприятия торговли.
38. Разработка стратегии маркетинговой деятельности предприятия торговли.
39. Разработка стратегии выхода на новый рынок.
40. Формирование товарной (сбытовой, ценовой, коммуникационной) стратегии предприятия торговли.
41. Оценка конкурентной позиции предприятия.
42. Обоснование системы конкурентных преимуществ предприятия торговли.
43. Разработка стратегии управления брендом предприятия.
44. Формирование программы digital-продвижения маркетингового проекта.
45. Разработка программы лояльности предприятия торговли.
46. Анализ и оценка эффективности рекламной деятельности предприятия торговли.
47. Позиционирование товара в рыночной стратегии предприятия.
48. Управление товарным ассортиментом и качеством товара в условиях конкурентного рынка.
49. Анализ и оценка конкурентоспособности товара (на примере товарной группы).
50. Проектирование и управление элементами комплекса маркетинга на предприятии.
51. Моделирование поведения потребителей на товарном рынке (на примере данных товарных рынков).
52. Маркетинговые технологии в формировании регионального рынка (на примере товарного рынка).
53. Маркетинговые исследования в разработке стратегии развития структуры товарных рынков (на примере региональных данных).
54. Формирование сбытовых систем продукции региональных товаропроизводителей.
55. Маркетинговые технологии развития предприятий сетевой торговли.
56. Обеспечение продовольственной безопасности региона (страны).
57. Повышение эффективности подготовки кадров в сфере торговли (пищевой промышленности, таможенного дела, сервиса).
58. Импортозамещение как фактор обеспечения продовольственной безопасности.
59. Модель управления технологическим лидерством региона.
60. Внешнеторговые связи как ключевой фактор достижения технологического лидерства РФ (региона).
61. Цифровизация ритейла как фактор достижения технологического лидерства в сфере торговли.
62. Автоматизация цепочек поставок в технологическом лидерстве в сфере торговли.
63. Интеграция цифровых платформ в сфере торговли как основа технологического лидерства.
64. Разработка стратегии технологического лидерства университета в подготовке кадров в сфере торговли (индустрии гостеприимства, таможенного дела, сервиса, пищевой промышленности).
65. Развитие розничной торговли как фактор обеспечения качества жизни населения.
66. Тема по заказу организации.
67. Тема по проблеме научных исследований.
68. Тема НИР студента.