**38.03.06 Торговое дело**

### *Кафедра торгового дела и маркетинга*

**Примерная тематика курсовых работ/проектов**

**Дисциплина «Экономическая теория»**

1. Анализ структуры национальной экономики в отраслевом разрезе.
2. Структурные сдвиги в национальной экономике.
3. Структура совокупного спроса в национальной экономике в условиях экономических шоков и санкций.
4. Теневая экономика, ее место и роль в национальной экономике.
5. Методы оценки масштабов теневой экономики, их сущность и особенности.
6. Теневая экономика и проблемы экономической безопасности.
7. Национальное богатство России и его структура.
8. Проблемы экономического роста в национальной экономике.
9. Цикличность экономического развития и экономические кризисы.
10. Современные деньги, модификация их форм и функций.
11. Денежное обращение и проблемы его регулирования.
12. Кредитно-денежная политика государства и ее особенности в России.
13. Инфляция и антиинфляционное регулирование.
14. Современные инфляционные процессы в российской экономике.
15. Госбюджет и проблемы его формирования.
16. Налоги и их роль в экономике.
17. Государственный долг и проблемы управления им.
18. Государственная стабилизационная политика в условиях санкций.
19. Инвестиции, их состояние, источники и роль в экономике России.
20. Инвестиционная привлекательность национальной экономики.
21. Цифровая экономика и перспективы ее развития в России.
22. Внешняя торговля и ее влияние на национальную экономику в условиях санкций.
23. Трансформация направлений экспорта и импорта России в условиях санкций.
24. Сравнительный анализ эффективности инструментов макроэкономической политики государства.
25. Международная торговля и внешнеторговая политика.
26. Развитие форм торговли в Российской Федерации в современных условиях.
27. Развитие форм международной экономической интеграции.
28. Приоритетные направления развития экономики России.
29. Цифровизация экономики Российской Федерации в современных условиях.
30. Потребительский рынок России: общая характеристика, проблемы и тенденции развития, прогнозы.
31. Потребительский рынок Красноярского края: общая характеристика, проблемы и тенденции развития, прогнозы.
32. Сфера услуг Красноярского края: общая характеристика, проблемы и тенденции развития, прогнозы.
33. Развитие предпринимательских структур в Российской Федерации.
34. Продовольственная безопасность национальной экономики.
35. Развитие технологического суверенитета России.
36. Импортозамещение и экспортный потенциал Российской Федерации.
37. Искусственный интеллект – основа технологического развития России.

**Дисциплина «Коммерческая деятельность в торговле»**

1. Бизнес-проектирование в оптовой торговле
2. Особенности коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий
3. Формирование ассортимента в оптовых торговых предприятиях
4. Мерчандайзинг в коммерческой деятельности
5. Современные технологии и инновации в коммерческой деятельности
6. Персонал как ключевая компетенция коммерческой деятельности
7. Торговое обслуживание в коммерческой деятельности предприятия
8. Коммерческие инновации в оптовых (или розничных) торговых предприятиях
9. Формирование благоприятных возможностей коммерческой деятельности организации
10. Материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности оптового (розничного) предприятия
11. Информационно-маркетинговое обеспечение коммерческой деятельности
12. Региональные особенности функционирования предприятий оптовой торговли
13. Современное состояние розничной торговли и ее совершенствование
14. Организация складского технологического процесса и его совершенствование
15. Организация сбытовой деятельности и ее совершенствование
16. Организация розничной продажи и ее совершенствование
17. Организация ярмарочной и выставочной деятельности.
18. Особенности коммерческой деятельности на рынке услуг.
19. Услуги в коммерческой деятельности оптового предприятия.
20. Аутсорсинг в коммерческой деятельности торгового предприятия.
21. Организация и стимулирование продаж в коммерческой деятельности торговых предприятий.
22. Организация закупочной деятельности и ее совершенствование.
23. Формирование хозяйственных связей в оптовой торговле.
24. Современные технологии в коммерческой деятельности предприятий
25. Организация и управление товарными запасами в коммерческой деятельности

**Дисциплина «Экономика организаций»**

1. Выручка организации: анализ формирования и определение резервов роста.
2. Оборот предприятия торговли: анализ формирования и определение резервов роста.
3. Анализ товарного обеспечения предприятия и пути его улучшения.
4. Оптимизация системы товарного обеспечения предприятия как фактор обеспечения бесперебойности поставок продовольствия
5. Совершенствование товарного обеспечения предприятия для повышения экономической доступности продовольствия
6. Оценка эффективности использования товарных запасов предприятия (торговли).
7. Основные фонды предприятия: оценка состояния и пути повышения эффективности их использования.
8. Оборотные средства предприятия: оценка состояния и пути повышения эффективности их использования.
9. Трудовые ресурсы предприятия: анализ состояния и эффективности их использования.
10. Организация оплаты труда на предприятии: анализ состояния и пути развития.
11. Совершенствование системы оплаты труда на предприятии как инструмент повышения уровня жизни персонала
12. Анализ показателей по труду предприятия и определение резервов их улучшения.
13. Труд и кадры предприятия: состояние и пути улучшения использования.
14. Оценка эффективности использования ресурсного потенциала предприятия.
15. Фонд заработной платы на предприятии: анализ и определение резервов относительного снижения.
16. Анализ себестоимости продукции предприятия и определение путей ее снижения.
17. Расходы предприятия: анализ и определение путей их снижения.
18. Анализ издержек на производство и реализацию продукции в организации.
19. Повышение эффективности использования ресурсов предприятия как фактор снижения себестоимости и экологической нагрузки
20. Анализ издержек обращения предприятия торговли и определения резервов их относительного снижения.
21. Анализ издержек обращения как фактор экономической устойчивости торговой сети и ее вклада в продовольственную безопасность региона
22. Доходы предприятия: анализ формирования и эффективности их использования.
23. Прибыль предприятия и факторы ее определяющие.
24. Оценка формирования и резервы роста прибыли организации.
25. Рентабельность деятельности предприятия: оценка и пути повышения.
26. Оценка рентабельности производства (продаж) отдельных групп товаров на предприятии.
27. Формирование доходов предприятия и определение резервов их роста.
28. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия.
29. Оценка эффективности деятельности предприятия и пути ее повышения.
30. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия и определение резервов их роста.
31. Разработка и вывод на рынок новых видов продукции (функциональные, обогащенные, продукты здорового питания): анализ затрат, ценообразования и потребительского спроса.
32. Обеспечение доступности товаров и услуг предприятия в удаленных и малонаселенных регионах

**Дисциплина «Маркетинг в торговле и сервисе»**

1. Разработка маркетинговой политики розничной торговой сети на примере [конкретная сеть].
2. Маркетинговые инструменты повышения конкурентоспособности розничного торгового предприятия.
3. Особенности позиционирования и выбора целевого сегмента для специализированного магазина (на примере [формат, например, "бутик косметики", "магазин товаров для хобби"]).
4. Разработка программы маркетинга для нового розничного формата (например, формат "магазин у дома", "концепт-стор").
5. Маркетинг взаимоотношений с покупателями (CRM) как инструмент повышения лояльности в розничной торговле.
6. Управление брендом розничной торговой сети (ритейлера).
7. Маркетинговые аспекты разработки и продвижения собственных торговых марок (Private Label) в розничной сети.
8. Маркетинговый анализ эффективности работы розничной точки и пути ее повышения.
9. Разработка стратегии интернет-маркетинга для розничного магазина (на примере омниканального подхода).
10. Эффективность использования социальных сетей (SMM) для продвижения розничного торгового предприятия.
11. Особенности маркетинга в мобильных приложениях торговых сетей (на примере приложения [название сети]).
12. Использование e-mail-маркетинга и SMS-рассылок для стимулирования повторных покупок.
13. Маркетинговые инструменты повышения лояльности в онлайн-торговле (программы лояльности, кэшбэк, персональные скидки).
14. Контент-маркетинг как инструмент привлечения покупателей в интернет-магазин [специфика товара, например, "товары для дома"].
15. Оценка эффективности цифровых каналов продвижения для розничного бизнеса.
16. Современные тенденции маркетинга торгового предприятия.
17. Влияние эффективного маркетинга на объем продаж в розничной точке (на примере категории [например, "бакалея", "бытовая химия"]).
18. Разработка маркетинговой концепции для сети розничного ритейла.
19. Маркетинговый анализ и оптимизация товарного ассортимента розничного предприятия.
20. Ценовая политика как инструмент конкурентного маркетинга розничных сетей.
21. Маркетинговые коммуникации и клиентский опыт
22. Комплекс маркетинговых коммуникаций (ATL/BTL) для продвижения розничного магазина.
23. Стимулирование сбыта в торговле: современные методы и оценка эффективности (акции, распродажи, дегустации).
24. Формирование положительного покупательского опыта как конкурентного преимущества розничной сети.
25. Роль персонала в реализации маркетинговой стратегии торгового предприятия.
26. Организация и проведение событийных мероприятий (event-маркетинг) в торговом центре для увеличения трафика.
27. Маркетинговые исследования потребительского поведения в розничной торговле.
28. Анализ факторов, влияющих на выбор покупателя.
29. Оценка эффективности маркетинговой деятельности торгового предприятия.
30. Использование Big Data в маркетинге розничной торговой сети для персонализации предложений.

**Дисциплина «Организация, проектирование и дизайн торгового предприятия»**

1. Организация товародвижения и направления совершенствования.
2. Типы и виды оптовых предприятий, их роль в процессе товародвижения.
3. Назначение, функции и классификация складов и роль в товародвижении и направления совершенствования.
4. Требования к современным складам и их размещению и тенденции развития.
5. Структура складских помещений, их планировка и направления повышения эффективности использования.
6. Складской технологический процесс и направления совершенствования с учетом технологических новшеств.
7. Требования к организации технологического процесса на складе и направления совершенствования с учетом технологических лидерских позиций.
8. Технология разгрузки транспортных средств и внутрискладское перемещение грузов и направления совершенствования.
9. Технология приемки товаров на складе и направления совершенствования.
10. Технология процесса складирования на складе и направления совершенствования.
11. Технология процессов комплектации партий товаров и отправки их потребителям и направления совершенствования.
12. Организация и технология отпуска товаров со склада и направления совершенствования.
13. Сущность и значение управления торгово-технологическим процессом и организацией труда на складах и направления совершенствования на основе современных технологий.
14. Управление хранением товаров на складе и направления совершенствования.
15. Автоматизированное управление складскими операциями и направления совершенствования.
16. Направления развития розничной торговой сети на основе цифровизации, как фактора технологического лидерства в ритейле.
17. Классификация предприятий розничной торговли как перспективное направление развития розничной торговли.
18. Устройство и планировка помещений магазина и направления повышения эффективности использования.
19. Торговое оборудование, принципы его размещения в торговом зале и направления повышения эффективности использования.
20. Содержание торгово-технологического процесса в магазине и направления совершенствования для достижения технологического лидерства в отрасли.
21. Организация и технология завоза товаров в розничные торговые предприятия и направления совершенствования.
22. Технология операций по приемке товаров в розничных торговых предприятиях и направления совершенствования.
23. Технология хранения и подготовки товаров к продаже в магазине и направления совершенствования.
24. Особенности технологического процесса складирования товаров в розничном торговом предприятии и направления совершенствования.
25. Потери товаров при хранении в магазине и направления оптимизации.
26. Организация подготовительных операций при продаже продовольственных товаров и направления совершенствования.
27. Организация подготовительных операций при продаже непродовольственных товаров и направления совершенствования.
28. Размещение товаров в торговом зале магазина и направления совершенствования.
29. Выкладка товаров на торговом оборудовании в магазине и направления повышения эффективности использования.
30. Виды и характеристика оборудования, применяемого при выкладке товаров и направления повышения эффективности использования.
31. Организация и технология розничной продажи товаров и направления совершенствования.
32. Управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле и направления совершенствования.
33. Организация труда работников магазина и направления совершенствования.
34. Организация материальной ответственности в магазине и направления совершенствования.
35. Роль технических средств в организации товародвижения и технологических процессов и направления повышения эффективности использования.
36. Классификация и основные виды торгового оборудования в магазине и направления повышения эффективности использования.
37. Подъмно-транспортное оборудование, применяемое на складах и направления повышения эффективности использования.
38. Техническая оснащенность и обеспечение технологического процесса общетоварного склада и направления повышения эффективности использования.
39. Технические средства для расчета с покупателями в магазинах и направления совершенствования.
40. Техническая оснащенность магазинов и направления совершенствования.
41. Проектирование предприятий торговли и направления развития.
42. Построение и размещение розничной торговой сети в городе (районе города) и тенденции развития.
43. Совершенствование организации товароснабжения розничной торговой сети (торгового предприятия).
44. Организация самообслуживания в торговом предприятии, направления его совершенствования и повышения эффективности.
45. Организация формирования ассортимента товаров в магазине и направления совершенствования.
46. Организация посылочной торговли и направления ее совершенствования.
47. Размещение розничных торговых предприятий и их конкурентоспособность.
48. Технологические решения планировок магазинов самообслуживания и направления совершенствования.
49. Организация мелкорозничной торговой сети и ее роль в обслуживании населения.
50. Организация оптовой продажи товаров и направления ее совершенствования.
51. Организация внемагазинных форм продажи товаров и направления совершенствования.
52. Аукционная торговля и перспективы развития в России.
53. Организация и технология складского технологического процесса и направления ее совершенствования.
54. Дополнительные услуги, оказываемые покупателям на предприятиях (розничной, оптовой) торговли и направления совершенствования.
55. Технологические решения планировки торгового зала различных типов магазинов и направления их совершенствования.
56. Организация торговли предметами роскоши и антиквариатом и направления развития.
57. Организация продажи товаров на дому и тенденции развития.
58. Организация и технология продажи в автомагазинах и направления ее совершенствования.
59. Механизация и автоматизация технологических процессов на предприятиях (розничной, оптовой) торговли и направления ее совершенствования.
60. Организация продажи товаров через торговые автоматы (вендинговый бизнес) и направления развития.
61. Организация розничной продажи товаров (электронная торговля) и направления ее совершенствования.
62. Организация развозной торговли и направления ее совершенствования.
63. Организация розничной продажи товаров по образцам и направления ее совершенствования.
64. Организация контейнерных и пакетных перевозок товаров народного потребления и направления ее совершенствования.
65. Организация склада оптового предприятия и направления его совершенствования.
66. Торговое обслуживание в супермаркете и направления его совершенствования.
67. Торговое обслуживание в гипермаркете и направления его совершенствования.
68. Торговое обслуживание в дискаунтере и направления его совершенствования.
69. Торговое обслуживание в магазине «у дома» и направления его совершенствования.
70. Торговое обслуживание в специализированных магазинах и направления его совершенствования.
71. Цифровизация процессов в торговле и направления развития для достижения технологического лидерства в отрасли.
72. Организация предпродажных и послепродажных услуг покупателям на предприятиях торговли в современных условиях.
73. Дизайн торговых объектов и направления развития.
74. Дизайн торгового зала магазина, особенности разработки интерьера.

**Дисциплина «Конкурентный анализ рынка»**

1. Конкурентный анализ рынка … товаров\услуг .
2. Конкурентный анализ рынка на примере предприятия …
3. Исследование конкурентных процессов на рынке … товаров\услуг.
4. Исследование конкурентной среды предприятия.
5. Исследование конкурентных преимуществ предприятия.
6. Оценка конкурентоспособности предприятия.
7. Исследование конкурентного окружения предприятия
8. Маркетинговый анализ конкурентной позиции предприятия
9. Оценка конкурентоспособности услуг торгового предприятия.
10. Исследование конкурентоспособности продукции предприятия.

**Дисциплина «Экономика торгового предприятия»**

1. Оборот розничной торговли предприятия: анализ и определение резервов роста
2. Оптовый оборот предприятия: анализ и определение резервов роста.
3. Оборот общественного питания предприятия: анализ и определение резервов роста.
4. Анализ динамики и структуры товарооборота торгового предприятия как индикатора экономической доступности продовольствия
5. Анализ состояния и определение путей повышения эффективности использования запасов торгового предприятия.
6. Повышение эффективности системы товарного обеспечения торгового предприятия в контексте укрепления продовольственной безопасности региона
7. Оценка состояния и определение путей повышения эффективности использования товарных ресурсов торгового предприятия
8. Основные фонды торгового предприятия: оценка состояния и пути повышения эффективности их использования.
9. Оборотные средства торгового предприятия: анализ состояния и пути повышения эффективности использования.
10. Анализ состояния и пути повышения эффективности использования трудовых ресурсов торгового предприятия.
11. Анализ показателей по труду торгового предприятия и определение резервов их улучшения.
12. Анализ социального пакета и программ нематериальной мотивации на предприятии и их влияние на качество жизни персонала.
13. Оценка эффективности материального стимулирования труда работников торгового предприятия.
14. Финансовые ресурсы торгового предприятия: источники их формирования, направления и эффективность использования.
15. Анализ финансового состояния торгового предприятия и пути его улучшения.
16. Оценка деловой активности и эффективности использования ресурсов торгового предприятия
17. Ресурсный потенциал торгового предприятия: оценка состояния и определение резервов повышения эффективности использования.
18. Анализ издержек обращения торгового предприятия и разработка мероприятий по их относительному снижению.
19. Снижение издержек обращения торгового предприятия как инструмент обеспечения экономической доступности продовольствия
20. Анализ расходов торгового предприятия и пути их снижения.
21. Анализ формирования и направления распределения доходов торгового предприятия.
22. Анализ валовой прибыли торгового предприятия и пути ее повышения.
23. Ценовая политика торгового предприятия по социально-значимым товарам и ее роль в обеспечении экономической доступности продовольствия
24. Оценка влияния ценовой политики торгового предприятия на формирование выручки и обеспечение экономической доступности социально-значимых товаров
25. Доходы торгового предприятия: оценка источников формирования и определение резервов роста
26. Формирование прибыли торгового предприятия и оценка перспектив ее роста.
27. Анализ финансовых результатов деятельности торгового предприятия и определение перспектив их роста.
28. Эффективность деятельности торгового предприятия: оценка и пути повышения в современных условиях.
29. Анализ и оценка рентабельности деятельности торгового предприятия и пути ее роста.
30. Разработка мероприятий по повышению рентабельности деятельности торгового предприятия
31. Повышение экономической устойчивости торгового предприятия за счет снижения издержек обращения для обеспечения стабильности цен и социальной ориентированности бизнеса
32. Оценка финансовой устойчивости торгового предприятия как условия его надежности в системе продовольственного обеспечения региона
33. Анализ деловой активности и финансового цикла торговой сети и влияние на эффективность товародвижения
34. Оценка кредитоспособности торгового предприятия для привлечения инвестиций в развитие инфраструктуры, повышающей продовольственную безопасность.

**Дисциплина «Стратегический маркетинг»**

1. Стратегия управления каналами распределения продукции предприятия
2. Стратегии формирования конкурентных преимуществ фирмы
3. Стратегическое планирование деятельности предприятия
4. Стратегия расширения рынка сбыта продукции предприятия
5. Эффективность реализации маркетинговой стратегии предприятия
6. Реализация концепции стратегического маркетинга на предприятии
7. Стратегические решения процесса продвижения продукции предприятия
8. Исследования спроса в формировании товарной (ценовой, сбытовой и др.) стратегии предприятия
9. Стратегическая сегментация рынков предприятия
10. Маркетинговые исследования в формировании стратегии коммуникационной политики предприятия
11. Маркетинговые исследования в формировании стратегии ценовой политики предприятия
12. Маркетинговые исследования в формировании стратегии рекламной деятельности предприятия
13. Стратегии реализации комплекса маркетинга предприятия
14. Разработка и обоснование конкурентной стратегии предприятия
15. Сегментный анализ в формировании стратегии развития предприятия
16. Маркетинговые исследования в формировании конкурентной стратегии предприятия
17. Сегментный анализ в формировании стратегии рекламного воздействия на потребителя
18. Формирование и реализация альтернатив стратегии роста предприятия
19. Маркетинговые исследования в формировании стратегии развития предприятия
20. SPACE – анализ (или GAP – анализ; или SWOT – анализ; или Portfolio – анализ и др. аналитические модели) в формировании стратегии развития предприятия
21. Формирование стратегических направлений реализации товарной политики предприятия
22. Стратегия позиционирования продукции предприятия
23. Информационное обеспечение разработки стратегии маркетинговой деятельности предприятия
24. Стратегия маркетинговой деятельности предприятия
25. Формирование альтернатив стратегии ценовой политики предприятия
26. Стратегии коммуникационной деятельности предприятия
27. Разработка и обоснование сбытовой стратегии предприятия
28. Сегментный анализ в формировании стратегии розничной реализации продукции предприятия
29. Матричный портфельный анализ в формировании стратегии деятельности предприятия
30. Проектирование организационной структуры управления маркетингом

**Дисциплина «Планирование на предприятии торговли»**

1. Планирование оборота розничной торговли предприятия на будущий год и обоснование резервов роста.-
2. Планирование ассортиментной структуры оборота розничной торговли предприятия.
3. Планирование оборота розничной торговли предприятия во временном аспекте в соответствие с сезонным характером продаж.
4. Планирование оборота розничной торговли предприятия с учетом факторов внешней среды.
5. Планирование оптового оборота предприятия на будущий год и обоснование резервов его роста.
6. Планирование оптового оборота предприятия в ассортиментном разрезе.
7. Планирование оптового оборота торгового предприятия во временном аспекте в соответствие с сезонным характером продаж.
8. Планирование выручки от оказания сервисных услуг предприятия на будущий год и обоснование резервов ее роста.
9. Планирование выручки предприятия торговли на будущий год и обоснование резервов ее роста.
10. Планирование товарных запасов торгового предприятия.
11. Нормирование товарных запасов торгового предприятия.
12. Планирование эффективности использование товарных запасов торгового предприятия.
13. Планирование оборотных средств торгового предприятия.
14. Нормирование оборотных средств торгового предприятия.
15. Планирование эффективности использования оборотных средств торгового предприятия.
16. Планирование расходов торгового предприятия в действующих условиях внешней среды.
17. .Планирование издержек обращения торгового предприятия в действующих условиях внешней среды.
18. Планирование доходов торгового предприятия в действующих условиях внешней среды.
19. .Планирование валовой прибыли торгового предприятия и обоснование резервов ее роста.
20. Планирование прибыли торгового предприятия в действующих условиях внешней среды.
21. .Планирование рентабельности деятельности торгового предприятия.
22. Планирование численности работников предприятия торговли в действующих условиях внешней и внутренней среды.
23. Планирование фонда заработной платы предприятия торговли в действующих условиях внешней и внутренней среды
24. Разработка плана по труду и заработной платы предприятия торговли.
25. Планирование эффективности использования трудовых ресурсов предприятия торговли.
26. Планирование эффективности использования основных фондов предприятия торговли.
27. Планирование расходов на рекламную деятельность торгового предприятия.
28. Планирование расходов на сбытовую деятельность торгового предприятия.
29. Современные научные методики планирования результатов деятельности торгового предприятия.
30. Совершенствование планирования на предприятии торговли.

**Дисциплина «Цифровые платформы и экосистемы в торговле»**

1. Разработка бизнес-модели цифровой экосистемы в условиях организации.
2. Разработка проекта экономической информационной системы в организации.
3. Разработка системы мотивации сотрудников в процессе информатизации организации.
4. Анализ платформенных цифровых эффектов в торговой деятельности организации.
5. Повышение эффективности цифровой экосистемы в деятельности организации.
6. Оценка эффективности сервисов обратной связи с потребителями при применении цифровой платформы в организации.
7. Повышение эффективности взаимодействий цифровой платформы организации.
8. Анализ системы управления цифровой экосистемой в организации.
9. Разработка и обоснование мероприятий по контролю качества услуг цифровых платформ организации.
10. Совершенствование ресурсного обеспечения в организации при внедрении цифровой платформы.
11. Совершенствование кадрового обеспечения в организации при внедрении цифровой платформы.
12. Совершенствование материально-технического обеспечения в организации при внедрении цифровой платформы.
13. Совершенствование информационного обеспечения в организации при внедрении цифровой платформы.
14. Совершенствование сбытового обеспечения в организации при внедрении цифровой платформы.
15. Разработка и обоснование создания цифровой экосистемы в организации.
16. Разработка проекта по внедрению цифровой платформы в организации.
17. Разработка проекта цифровизации торгово-технологических процессов в организации.
18. Оценка эффективности цифровизации в организации.
19. Разработка стратегии внедрения цифровой платформы в деятельность организации.
20. Повышение эффективности информационных процессов между участниками экосистемы.
21. Разработка проекта вирального роста в деятельности цифровой платформы организации.
22. Разработка проекта монетизации сетевых эффектов цифровой платформы в организации.
23. Конкурентный анализ экосистем, действующих на рынке продовольственных товаров г. Красноярска.
24. Разработка проекта по развитию модели фримиум в деятельности цифровой платформы организации.
25. Разработка проекта по развитию модели фримиум в деятельности цифровой экосистемы организации.
26. Повышение эффективности управления цифровой платформой в организации.
27. Разработка бизнес-плана по созданию цифровой экосистемы в организации.
28. Разработка бизнес-плана по внедрению цифровой платформы в организации.
29. Оценка эффективности информационного обеспечения в организации.
30. Разработка рекомендаций по совершенствованию системы управления с использованием цифровой платформы в организации.

**Дисциплина «Прогнозирование в торговле»**

1. Прогнозирование объема закупок и продаж товаров предприятиями в современных условиях
2. Прогнозирование товарооборота на оптовых (розничных) предприятиях (организациях) в современных условиях
3. Роль прогнозирования в повышении эффективности предприятий торговли и сервиса
4. Прогнозирование доходов и финансовых результатов деятельности предприятий торговли и сервиса в современных условиях
5. Прогнозирование влияния внешней среды на деятельность предприятий торговли и сервиса
6. Прогнозирование прибыли торгового предприятия
7. Прогнозирование развития прогрессивных форм обслуживания на предприятиях торговли и сервиса
8. Прогнозирование конкурентоспособности предприятий торговли и сервиса на рынке товаров и услуг
9. Прогнозная оценка спроса на рынке товаров (услуг) и ее роль в деятельности предприятий торговли и сервиса
10. Моделирование товарного ассортимента предприятий торговли и сервиса и его прогнозная оценка
11. Прогнозирование повышения доходов предприятий торговли и сервиса
12. Прогнозирование влияния факторов экономической среды на конкурентоспособность предприятий торговли и сервиса
13. Прогнозирование потребительской привлекательности товаров и услуг на различных стадиях их жизненного цикла
14. Прогнозирование снижения издержек обращения на предприятиях торговли и сервиса
15. Прогнозирование повышения финансовой устойчивости предприятий торговли и сервиса в современных условиях
16. Прогнозирование конъюнктуры потребительского рынка
17. Прогнозирование на предприятиях (организациях) при разработке управленческих решений в современных условиях
18. Разработка прогноза потребительского спроса на рынке товаров и услуг в современных условиях
19. Прогноз развития системы сервиса на предприятиях торговли и сервиса
20. Анализ и прогноз динамики цен на товары и услуги
21. Методы и критерии развития прогнозирования и планирования в торговле и сервисе
22. Планирование показателей по труду на предприятиях торговли и сервиса
23. Стратегическое планирование коммерческой деятельности на предприятиях торговли и сервиса
24. Финансовые результаты деятельности предприятий торговли и сервиса, их распределение и прогнозирование
25. Основы прогнозирования и планирования в условиях рыночной экономики в России
26. Прогнозирование экономической динамики предприятий малого бизнеса
27. Прогнозирование спроса на социально значимые товары в условиях санкций и импортозамещения
28. Прогнозирование эффективности торговых сетей в условиях цифровой трансформации
29. Прогнозирование влияния новых технологий на развитие торговли
30. Прогнозирование потребности в кадрах для торговой отрасли
31. Прогнозирование качества обслуживания в розничной торговле
32. Прогнозирование внедрения инновационных технологий в торговлю
33. Прогнозирование эффективности цифровых платформ в торговле
34. Прогнозирование развития торговой инфраструктуры в регионах
35. Прогнозирование влияния государственной поддержки на развитие торговли
36. Прогнозирование развития персонализированного сервиса в торговле
37. Прогнозирование влияния ESG-факторов на развитие торговли
38. Цифровое прогнозирование развития розничной торговли в регионах РФ
39. Прогнозирование развития системы подготовки кадров для торговли
40. Прогнозирование развития логистических систем в торговле

**Дисциплина «Проектный анализ и управление e-commerce проектами»**

1. Разработка проекта по открытию организации (предприятия торговли и сервиса).
2. Разработка проекта рекламной кампании продукта (услуги).
3. Разработка проекта по повышению уровня мотивации персонала.
4. Разработка проекта проведения маркетинговых исследований.
5. Разработка проекта по внедрению информационных систем в деятельность организации торговли и сервиса (CRM- или ERP-система, система поддержки управленческих решений).
6. Разработка проекта повышения конкурентоспособности организации торговли и сервиса.
7. Разработка проекта по созданию корпоративного сайта организации торговли и сервиса.
8. Разработка проекта создания нового структурного подразделения организации торговли и сервиса (например, ИТ-отдела).
9. Разработка проекта по созданию сервиса доставки продуктов.
10. Разработка проекта по созданию интернет-магазина организацией торговли и сервиса.
11. Разработка проекта по созданию программы лояльности для клиентов организации торговли и сервиса.
12. Разработка проекта ребрендинга торговой марки организации торговли и сервиса.
13. Разработка проекта внедрения системы автоматизации call-центра организации торговли и сервиса.
14. Разработка проекта создания цифрового двойника магазина для торговой сети.
15. Разработка проекта внедрения RFID-меток товаров в торговой организации.
16. Разработка проекта внедрения системы анализа и оценки поставщиков в организации торговли и сервиса.
17. Разработка проекта технического переоснащения организации торговли и сервиса.
18. Разработка проекта внедрения (совершенствования) электронного документооборота в организации торговли и сервиса.
19. Разработка проекта внедрения KPI-системы (ключевых показателей эффективности) в организации торговли и сервиса.
20. Разработка проекта внедрения agile-подхода к управлению проектами на предприятии торговли и сервиса.
21. Разработка проекта внутрифирменных тренингов для сотрудников предприятия торговли и сервиса.
22. Разработка проекта внедрения (совершенствования) системы менеджмента качества на предприятии торговли и сервиса.
23. Разработка проекта создания проектного офиса на предприятии торговли и сервиса.
24. Разработка проекта передачи функций на аутсорсинг на предприятии торговли и сервиса.
25. Разработка проекта повышения экономической безопасности предприятия торговли и сервиса.
26. Разработка проекта мероприятий по экономии электроэнергии на предприятии торговли и сервиса.
27. Разработка проекта event-мероприятия для продвижения товара / магазина / бренда / услуг.
28. Разработка проекта организации GR-менеджмента (взаимодействие с государственной властью) на предприятии торговли и сервиса.
29. Разработка проекта автоматизации закупок на предприятии торговли и сервиса.
30. Разработка проекта повышения информационной безопасности предприятия торговли и сервиса.
31. Разработка проекта внедрения беспилотных систем (транспортные беспилотники, складские беспилотники, сортировщики, роботы-уборщики и т.п.) на предприятии торговли и сервиса.
32. Разработка проекта внедрения технологии сити-фарминга на предприятии торговли и сервиса.
33. Разработка проекта внедрения виртуального помощника для клиентов на основе искусственного интеллекта на предприятии торговли и сервиса.
34. Разработка проекта внедрения технологий интернета вещей (например, электронные ценники) на предприятии торговли и сервиса.

**Дисциплина «Технологии мерчандайзинга маркетинга 4.0»**

1. Реализация концепции мерчандайзинга 4.0 на предприятии торговли.
2. Функции и инструменты мерчандайзинга бизнесов цифровой экономики.
3. Технологии мерчандайзинга в e-commerce.
4. VR и AR технологии в автоматизации розничной торговли.
5. Функции и инструменты мерчандайзинга в реализации стратегии омниканальности.
6. Развитие инструментов мерчандайзинга при переходе компаний розничной торговли от мультиканальной к омниканальной модели.
7. Интеграция функций и инструментов offline и online мерчандайзинга
8. Развитие методов и инструментов мерчандайзинга ….. товаров (товарной группы) в условиях цифровой экономики.
9. Инструменты мерчандайзинга кросс-функциональной розничной торговли.
10. Технологии мерчандайзинга в развитии клиентского опыта.
11. Мерчандайзинг 4.0 в развитии платформы бренда.
12. Функция мерчандайзинга в интеграции процессов розничной торговли.
13. Организация функции мерчандайзинга на предприятии в условиях сетевизации и цифровизации экономики.
14. Платформы и сервисы реализации функции мерчандайзинга.
15. Концепция «Бесшовного» клиентского опыта в развитии предприятия.
16. Функция мерчандайзинга в достижении стратегических целей торгового предприятия.
17. Задачи и инструменты мерчандайзинга в построении customer map.
18. Задачи и инструменты мерчандайзинга в формировании карт точек контакта бренда.
19. Информационно-методическое обеспечение решений мерчандайзинга 4.0.
20. Особенности применения виртуального мерчандайзинга в различных сферах.
21. Цифровые технологии в развитии функции мерчандайзинга на предприятии.
22. Инновационные технологии мерчандайзинга предприятия offline торговли.
23. Реализация функции мерчандайзинга на платформах сайта предприятия, маркетплейсов и социальных сетей.
24. Модели и факторы поведения потребителя в формировании решений мерчандайзинга стратегии digital – маркетинга.
25. Разработка дизайн-проекта платформы реализации функции мерчандайзинга (маркетплейса, сайта, мобильного приложения, лэндинга, соцсети и др.).
26. Метрики маркетингового анализа в обосновании стратегии мерчандайзинга предприятия (по сферам деятельности).
27. Разработка стандартов мерчандайзинга HR бренда.
28. Инструменты сквозной аналитики в оценке функции мерчандайзинга.
29. Методы качественных исследований в формировании стратегии offline и online мерчандайзинга.
30. Тренды креативных индустрий в развитии функции мерчандайзинга (предприятия, бренда, проекта и пр.).

**Дисциплина «Бизнес-планирование на предприятии торговли»**

1. Бизнес-план расширения сферы деятельности предприятия торговли (сервиса)
2. Бизнес-план реорганизации предприятия торговли (сервиса).
3. Бизнес-план реинжиниринга бизнес-процессов предприятии торговли (сервиса).
4. Бизнес-план перепрофилирования предприятия торговли (сервиса).
5. Бизнес-план развития нового направления деятельности предприятия торговли (сервиса).
6. Бизнес-план привлечения заемного капитала в развитие предприятия торговли (сервиса).
7. Бизнес-план технического перевооружения на предприятии торговли (сервиса).
8. Бизнес-план внедрения новой услуги (товара) предприятия торговли (сервиса).
9. Бизнес-план внедрения инноваций в деятельность предприятия торговли и сервиса.
10. Бизнес-план внедрения «зеленых технологий» предприятия торговли и сервиса.
11. Бизнес-план горизонтального развития предприятия торговли (общественного питания, гностичного бизнеса и др.).
12. Бизнес-план внедрения цифровых технологий на предприятиях малого бизнеса в торговле (сервиса).
13. Бизнес-план открытия дочерней бизнес-единицы сетевого предприятия торговли и сервиса.
14. Бизнес-план слияний внутрикорпоративных бизнес-единиц на предприятиях торговли (сервиса).
15. Бизнес-план разделения внутрикорпоративных бизнес-единиц на предприятиях торговли (сервиса).
16. Бизнес-план: разработка мобильного приложения
17. Бизнес-план создания вендингового бизнеса по продаже \_\_\_\_\_ (выбирается товар)
18. Бизнес-план продажи товаров через маркетплейсы
19. Бизнес-план создания маркетплейса торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
20. Бизнес-план открытия пункта выдачи заказов.
21. Бизнес-план организации событийных мероприятий.
22. Бизнес-план внедрения чат-бота.
23. Бизнес-план аренды (продажи) спортивного инвентаря.
24. Бизнес-план аренды (продажи) туристического инвентаря.
25. Бизнес-план открытия банкетного зала.
26. Бизнес-план инвестиционного проекта торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
27. Бизнес-план оказания услуги торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
28. Бизнес-план создания магазина «шаговой доступности».
29. Разработка Бизнес-план торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
30. Разработка Бизнес-план диверсификации деятельности торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
31. Бизнес-план повышения эффективности деятельности торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
32. Бизнес-планирование конкурентоспособности товара (-ов) и (или) услуги (-услуг) торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
33. Бизнес-план заявка на кредит торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
34. Бизнес-план бенчмаркинга торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
35. Бизнес-план PR-кампании торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
36. Бизнес-план малого предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
37. Бизнес-план предупреждения банкротства предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
38. Бизнес-план финансового оздоровления предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
39. Бизнес-план смены поставщиков товаров предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
40. Бизнес-план социального развития торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
41. Бизнес-план совершенствования коммерческой деятельности торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
42. Бизнес-план: «Открытие продуктового предприятия торговли»
43. Бизнес-план: «Открытие непродовольственного предприятия торговли»
44. Бизнес-план в целях слияния и поглощения предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
45. Бизнес-план в целях разделения предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).

**Дисциплина «Бизнес-процессы коммерческой деятельности торгового предприятия»**

1. Моделирование и оценка бизнес-процессов торгового предприятия.
2. Информационная поддержка бизнес-процессов торгового предприятия.
3. Организационная структура и бизнес-процессы торгового предприятия.
4. Оценка и совершенствование операционных бизнес-процессов на предприятии торговли.
5. Оценка и совершенствование сервисных бизнес-процессов на предприятии торговли.
6. Оценка и совершенствование управленческих бизнес-процессов на предприятии торговли.
7. Оценка и совершенствование информационных бизнес-процессов на предприятии торговли.
8. Оценка и совершенствование бизнес-процесса закупки товаров на предприятии торговли.
9. Оценка и совершенствование бизнес-процесса снабжения на предприятии торговли.
10. Оценка и совершенствование бизнес-процесса управления персоналом на предприятии торговли.
11. Оценка и совершенствование бизнес-процесса финансового обеспечения на предприятии торговли.
12. Оценка и совершенствование информационно-коммуникационного бизнес-процесса на предприятии торговли.
13. Оценка и совершенствование бизнес-процесса продажи на предприятии торговли.
14. Оценка и совершенствование бизнес-процесса обслуживания покупателей на предприятии торговли.
15. Реинжиниринг бизнес-процессов торгового предприятия как инструмент достижения конкурентных преимуществ.

**Дисциплина «Инструменты построение воронки продаж»**

1. Разработка маркетинговой стратегии предприятия на основе построения воронки продаж.
2. Разработка стратегии маркетинговой деятельности предприятия с использованием инструментов построения воронки продаж.
3. Разработка STARTUP проекта (указать вид) бизнеса с использованием инструментов построения воронки продаж.
4. Анализ системы управления маркетингом на предприятии и направления её совершенствования на основе построения воронки продаж.
5. Трансформация поведения потребителей на рынке товаров/услуг в условиях цифровизации с использованием инструментов построения воронки продаж.
6. Разработка программы лояльности предприятия с использованием инструментов построения воронки продаж.
7. Разработка конкурентной стратегии предприятия на основе построения воронки продаж для достижения технологического лидерства.
8. Анализ конкурентов и построение воронки продаж для разработки конкурентной стратегии предприятия в технологическом лидерстве.
9. Воронка продаж как вспомогательный инструмент анализа и оценки конкурентоспособности предприятия.
10. Воронка продаж как вспомогательный инструмент при разработке конкурентной стратегии предприятия.
11. Воронка продаж как вспомогательный инструмент анализа и оценки конкурентной среды предприятия.
12. Воронка продаж как вспомогательный инструмент оценки конкурентной позиции предприятия.
13. Построение платформы бренда проекта в повышении его конкурентоспособности с учетом воронки продаж.
14. Совершенствование формирования товарной политики предприятия на основе применения инструментов построения воронки продаж.
15. Разработка стратегии управления брендом на основе построения воронки продаж
16. Формирование сбытовой политики предприятия на основе построения воронки продаж.
17. Разработка стратегии развития рынков сбыта предприятия на основе построения воронки продаж.
18. Система стимулирования сбыта на предприятии в условиях омниканальности с использованием инструментов построения воронки продаж.
19. Совершенствование рекламной деятельности предприятия на основе построения воронки продаж.
20. Формирование стратегии продвижения компании на региональном рынке с использованием инструментов построения воронки продаж.
21. Управление товарным портфелем предприятия на основе концепции продовольственной безопасности региона (страны).
22. Построение воронки продаж предприятия в рамках обеспечения технологического лидерства.
23. Цифровизация ритейла как фактор достижения технологического лидерства в сфере торговли.
24. Автоматизация цепочек поставок в технологическом лидерстве в сфере торговли.
25. Интеграция цифровых платформ в сфере торговли как основа технологического лидерства.
26. Модель технологического лидерства университета в подготовке кадров в сфере торговли (индустрии гостеприимства, таможенного дела, сервиса, пищевой промышленности).