**38.04.06 Торговое дело**

### *Кафедра торгового дела и маркетинга*

**Примерная тематика курсовых работ/проектов**

**Дисциплина «Стратегическое управление коммерческой деятельностью на потребительском рынке»**

1. Современное понимание и теории коммерческой деятельности. Роль и место коммерческой деятельности (e-commerce) в социально-экономическом развитии региона для реализации национальных целей
2. Анализ состояния и перспектив развития коммерческой деятельности продовольственными товарами на потребительском рынке региона (муниципального образования).
3. Анализ состояния и стратегические направления развития коммерческой деятельности непродовольственными товарами на потребительском рынке региона (муниципального образования) (по видам товаров или их групп)
4. Исследование стратегических подходов по развитию коммерческой деятельности торговой сети в условиях омниканальности в т.ч. e-commerce.
5. Направления совершенствования стратегического развития коммерческой деятельности малых и средних предприятий продовольственного рынка
6. Анализ и стратегические направления коммерческой деятельности предприятия на основе функционально-средового метода анализа и проектирования.
7. Анализ и направления совершенствования кооперационно-сетевого взаимодействия для повышения эффективности коммерческой деятельности предприятия (сети предприятий).
8. Анализ и направления совершенствования коммерческой деятельности предприятия (торговой сети) с позиций кооперационно-сетевых взаимодействий и развития e-commerce.
9. Анализ состояния и стратегии развития коммерческой деятельности кластерных систем на продовольственном рынке региона.
10. Анализ и направления развития закупочно-сбытовых платформенных площадок для товаров малого и среднего бизнеса макрорайонов.
11. Анализ состояния и стратегические решения по развитию ассортиментной политики торговой сети в условиях омниканальности в т.ч. e-commerce
12. Анализ базовых трендов потребительского опыта и развитие коммерческой деятельности предприятия (сети предприятий) на потребительском рынке региона (по группам товаров)
13. Стратегические подходы по совершенствованию адаптационно-интеграционной деятельности в торговой сети
14. Анализ состояния и направления совершенствования коммерческой деятельности (e-commerce) предприятия оптовой торговли.
15. Анализ состояния и направления совершенствования коммерческой деятельности (e-commerce) оптово-логистических центров.
16. Анализ и разработка стратегии развития коммерческой деятельности предприятия (сети предприятий) потребительского рынка (по выбору: страховые организации; рекламные агентства; бытовые услуги; информационно-методические центры; предприятия туризма, общественного питания и др.)
17. Стратегическое управление интеграцией сетевых (экосистемных) партнеров и потребительского опыта на основе цифровых платформ и социальных сетей.
18. Анализ регионального потребительского рынка и разработка стратегических подходов к его развитию в условиях цифровой трансформации
19. Сервитизация как базовая стратегия развития предприятий на потребительском рынке региона.
20. Анализ состояния и стратегические направления развития коммерческой деятельности в условиях импортозамещения на потребительском рынке
21. Анализ и стратегические направления совершенствования коммерческой деятельности маркетплейсов ( закупочных, торгово-сбытовых площадок)

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

1. Методы управления инновационными проектами
2. Корпоративный инновационный проект и корпоративная инновационная система
3. Формирование проектной команды в корпоративных и предпринимательских инновационных проектах
4. Инновационные бизнес-модели предприятия
5. Управление проектами в концепции «открытых инноваций».
6. Корпоративные инновационные сети.
7. Инвестиционный анализ инновационных проектов
8. Анализ портфеля инновационных проектов и управление им
9. Оценка и управление корпоративных инновационных программ
10. Особенности управления инновационными проектами в некоммерческих организациях
11. Венчурный бизнес и его роль в развитии инновационных процессов
12. Мировой опыт и проблемы становления венчурного бизнеса в России
13. Современные подходы и проблемы коммерциализации инновационных товаров и технологий
14. Оценка эффективности инвестиционных проектов
15. Анализ рисков инновационной деятельности
16. Оценка и оптимизация инновационных рисков
17. Стимулирование инновационной активности персонала
18. Основные этапы создания и вывода на рынок нового продукта
19. Анализ доходности нового продукта
20. Прогнозирование продаж нового товара. Аналитические и математические методы
21. Система внутрифирменного планирования инновационной деятельности
22. Возможности диверсификации деятельности компании
23. Анализ внешней среды предприятия при реализации инновационной деятельности компании, направления взаимодействия
24. Бизнес-планирование инновационных проектов: понятие, функции и методология
25. Характеристика этапов освоения нововведений
26. Формы организации инновационной деятельности: последовательная, параллельная и интегральная
27. Матричная структура как разновидность интегральных форм организации инновационной деятельности
28. Финансирование инновационной деятельности: проблемы и методы
29. Внешние источники финансирования инновационных проектов
30. Внутренние источники финансирования инновационных проектов
31. Понятие эффективности инноваций. Временной фактор оценки
32. Качественный и количественный подход к оценке эффективности инновационной деятельности
33. Количественные методы оценки инновационных проектов
34. Анализ внутренних факторов сопротивления инновациям. Кривая «трансформации»
35. Анализ внешних факторов сопротивления инновационным процессам на предприятии
36. Экспертиза инновационного проекта и применение инструментария оценки возможностей их финансирования

**Дисциплина «Корпоративные информационные системы в торговле»**

1. Проектирование и разработка корпоративной информационной системы повышения клиентоориентированности персонала
2. Разработка систем (подсистем) информационной поддержки принятия решения для менеджеров различного уровня
3. Разработка проекта электронного магазина для предприятия
4. Разработка Web-представительства компании на примере торговой организации
5. Разработка информационной подсистемы автоматизированной обработки документов коммерческого предприятия
6. Проектирование и внедрение подсистемы управления кадрами на примере торгового предприятия (название)
7. Разработка системы автоматизации учета реализации и затрат на доставку товара (указать)
8. Разработка автоматизированной информационной системы по учету обеспеченности материалами торгово-технологического процесса предприятия
9. Проектирование информационной подсистемы финансового управления активами организации
10. Разработка корпоративной информационной системы учета и оптимизации транспортных расходов на предприятии торговли
11. Разработка АРМ экономиста по прогнозу закупок на предприятии оптовой торговли
12. Проектирование информационной системы управления ценами, поставками и оборудованием розничного продовольственного магазина
13. Разработка корпоративной информационной системы учета материальных ресурсов предприятия
14. Проектирование бизнес-процессов обработки заказа клиента в интернет-магазине, включая обработку заказа и проверку, и обработку оплаты
15. Разработка подсистемы автоматизации складского учета
16. Разработка системы автоматизации учета поступления и реализации товаров в розничной торговле
17. Разработка подсистемы учета реализации товаров в оптовой торговле
18. Разработка системы автоматизации кассовых операций торгового предприятия
19. Разработка корпоративной информационной системы учета запасов предприятия

**Дисциплина «Стратегия и безнес-модель предприятия»**

1. Оценка факторов формирования инновационного потенциала организации
2. Проектирование процесса подготовки, реализации и оценки эффективности инновационных проектов
3. Анализ и оценка конкурентоспособности нововведений
4. Методы и технологии тестирования нового товара в рыночных условиях
5. Инновации в формировании и развитии конкурентных преимуществ фирмы
6. Инновации как фактор социально-экономического развития региона
7. Оценка факторов инновационной привлекательности отрасли (региона).
8. Инструменты государственной политики в области инноваций
9. Маркетинг в системе управления инновационным процессом на предприятии
10. Проектирование комплекса маркетинга инновационного продукта (услуги)
11. Проектирование комплекса маркетинговых коммуникаций инновационно-ориентированного предприятия
12. Маркетинговый анализ и оценка инновационного потенциала организации
13. Маркетинговый анализ микро и макросреды инновационной деятельности предприятия
14. Сегментация рынка в исследовании инновационных возможностей предприятия
15. Макро и микро-сегментация рынка новых товаров (технологий, услуг)
16. Маркетинговые исследования (по направлениям) в инновационном процессе предприятия
17. Исследование рынка инноваций в формировании конкурентных преимуществ предприятия.
18. Конкурентные стратегии предприятия на рынке инноваций
19. Факторы конкурентоспособности инновационной фирмы
20. Методы и инструменты изучения скрытых и формирующихся потребностей клиентов предприятия
21. Маркетинговый анализ потребителей инноваций в формировании стратегии развития предприятия
22. Разработка стратегии позиционирования инновационного продукта, услуги
23. Разработка стратегии управления новым товаром, услугой
24. Разработка антикризисной стратегии и адаптации бизнес-модели торгового предприятия к санкционным ограничениям для обеспечения устойчивости поставок.
25. Интеграция принципов устойчивого развития в бизнес-модель предприятия: минимизация продовольственных потерь и экологического следа.
26. Формирование организационной структуры инновационно-ориентированного предприятия.
27. Корпоративная информационная система в инновационном развитии предприятия
28. Организация маркетинга в системе управления инновационным развитием предприятия
29. Система маркетингового контроля инновационной деятельности предприятия.
30. Маркетинговые индикаторы инновационного потенциала предприятия и их оценка
31. Формирование маркетинговой стратегии инновационного развития предприятия
32. Оценка эффективности инноваций на основе маркетинговых индикаторов развития предприятия
33. Методы и процедуры исследования потребительского восприятия инноваций
34. Социальные и интеллектуальные сети в продвижении инноваций
35. Маркетинговая информационная система в управлении инновационной деятельностью предприятия
36. Анализ и оценка конкурентоспособности нововведений (стартапов)
37. Формирование стратегии и системы продвижения нового товара (технологии)
38. Гармонизация промышленной и торговой политики с учетом инновационной привлекательности.
39. Условия и маркетинговые инструменты создания стартапов.
40. Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг.
41. Исследование жизненного цикла инноваций в формировании конкурентоспособности стартапа
42. Оценка инновационной активности хозяйствующих субъектов в целях обеспечения их устойчивого экономического развития и роста стоимости.
43. Исследование инфраструктуры в инновационно активных экономических системах.
44. Управление интеллектуальной собственностью и методами оценки стоимости интеллектуальной составляющей инновационного продукта.
45. Управление рисками инновационной деятельности на стадиях жизненного цикла инноваций
46. Маркетинговый анализ инновационного проекта
47. Разработка проекта маркетинговых технологий продвижения инноваций
48. Разработка проекта инновационных технологий некоммерческого маркетинга
49. Трансформация бизнес-модели торгового предприятия в условиях цифровизации: от офлайн-ритейла к гибридному сервису

**Дисциплина «Экономика предприятий торговли (продвинутый курс)»**

1. Анализ влияния цифровой клиентоориентированности на ключевые показатели эффективности деятельности предприятия торговли
2. Анализ влияния цифровых технологий на изменение структуры издержек предприятий общественного питания
3. Анализ инвестиционной привлекательности цифровых инноваций в ресторанном бизнесе
4. Анализ рисков и возможностей цифровой трансформации предприятий общественного питания
5. Моделирование экономических последствий внедрения технологий искусственного интеллекта в клиентский сервис
6. Оптимизация ключевых показателей деятельности торгового предприятия на основе внедрения нейросетевых алгоритмов
7. Оптимизация финансовых потоков предприятия торговли через интеграцию e-commerce в клиентоориентированную модель
8. Оценка влияния инновационной экосистемы на ключевые показатели эффективности предприятия торговли
9. Оценка внешней и внутренней среды деятельности предприятия торговли и их влияние на ее экономические результаты в условиях цифровой трансформации
10. Оценка затрат и рисков в процессе построения инновационной экосистемы торгового предприятия
11. Оценка стоимости клиентской базы как ключевого актива современного торгового предприятия
12. Оценка экономической эффективности внедрения нейросетевых алгоритмов для прогнозирования спроса и оптимизации товарных запасов в розничной торговой сети
13. Оценка экономической эффективности внедрения нейросетевых технологий в бизнес-процессы торгового предприятия
14. Оценка экономической эффективности внедрения цифровых технологий в инновационное развитие ресторанного бизнеса
15. Оценка экономической эффективности гибридной модели розничной торговли и кооперационно-сетевых взаимодействий в E-commerce
16. Оценка экономической эффективности формирования инновационной экосистемы для розничной торговой сети
17. Повышение операционной эффективности сервиса в розничной торговле через интеграцию E-commerce инструментов
18. Разработка финансовой модели и этапов внедрения инновационной экосистемы для предприятия розничной торговли
19. Ресурсный потенциал предприятия торговли и эффективность его использования
20. Совершенствование информационного обеспечения организационных процессов на предприятии торговли в условиях цифровизации.
21. Совершенствование методики анализа доходов предприятия электронной торговли.
22. Совершенствование методики анализа прибыли и рентабельности предприятия электронной торговли.
23. Совершенствование методики анализа расходов (затрат) предприятия электронной торговли
24. Совершенствование методики оценки качества услуг в предприятиях торговли в условиях цифровизации.
25. Совершенствование оценки доходности и рентабельности деятельности предприятия электронной торговли
26. Совершенствование оценки качества обслуживания населения в предприятии электронной торговли.
27. Совершенствование оценки рентабельности деятельности предприятия сферы услуг в условиях цифровизации
28. Совершенствование оценки факторов, влияющих эффективность деятельности предприятий.
29. Стратегия цифровой трансформации бизнес-модели B2B-предприятия в сфере торговли: оценка экономической эффективности
30. Управление прибылью предприятия на основе данных клиентского поведения, получаемых через e-commerce платформы
31. Формирование клиентоориентированной ассортиментной и ценовой политики розничного предприятия на основе данных e-commerce
32. Формирование клиентоориентированной стратегии предприятия торговли на основе e-commerce: анализ влияния на ключевые показатели деятельности.
33. Оценка влияния сервисной политики предприятия на экономические результаты деятельности предприятия.
34. Оценка эффективности затрат на совершенствование бизнес-процессов электронной коммерции
35. Экономическое обоснование e-commerce бизнес процессов на предприятии
36. Экономические аспекты развития региональных брендов продовольственных товаров для стимулирования местной экономики и повышения качества жизни в регионах
37. Управление товарным обеспечением как инструмент контроля качества и безопасности пищевой продукции на торговом предприятии в условиях цифровизации
38. Оптимизация издержек обращения как ресурс для улучшения ассортимента и качества обслуживания покупателей торгового предприятия в условиях цифровизации