**ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ВКР**

1. Организация и развитие коммерческой деятельности торговых предприятий на товарном рынке.
2. Организация и развитие малых предприятий в торговле России и зарубежных стран.
3. Разработка системы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия, функционирующего на товарном рынке.
4. Анализ и управление коммерческой деятельностью торгового предприятия в условиях конкуренции.
5. Информационная система обеспечения коммерческой деятельности торгового предприятия, ее роль и оценка эффективности.
6. Организация коммерческой деятельности предприятий оптовой торговли конкретными товарами.
7. Организация и развитие складского хозяйства предприятия оптовой торговли.
8. Исследование рынков закупок и сбыта товаров в оптовой торговле.
9. Моделирование коммерческой деятельности на предприятиях оптовой торговли по закупке и продаже потребительских товаров.
10. Формирование коммерческих связей и организация коммерческой деятельности в оптовой торговле.
11. Организация закупочной деятельности на предприятии оптовой торговли, функционирующем на рынке товаров.
12. Управление товарными запасами на предприятии оптовой торговли: планирование, структура управления и эффективность.
13. Организационные основы продажи товаров со склада предприятия оптовой торговли: методы, организация и эффективность.
14. Формирование и управление коммерческими операциями в оптовой торговле в процессе товародвижения.
15. Организация финансового обеспечения коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
16. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
17. Состав и оценка рисков в коммерческой деятельности организации оптовой торговли (компании).
18. Обеспечение безопасности коммерческой деятельности предприятии оптовой (розничной) торговли.
19. Анализ и оценка коммерческой деятельности торговых предприятий на товарных рынках (продовольственном, непродовольственном, конкретного товара).
20. Развитие франчайзинга как формы поддержки малого предпринимательства в торговле.
21. Анализ и прогноз развития товарного рынка как необходимое условие эффективной коммерческой деятельности торгового предприятия.
22. Исследование конъюнктуры потребительского рынка и ее влияние на коммерческую деятельность торгового предприятия розничной торговли.
23. Организация коммерческой деятельности предприятия розничной (оптовой) торговли с использованием маркетинга.
24. Информационно-компьютерное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия розничной торговли.
25. Организация и развитие коммерческой деятельности малых предприятий в розничной торговле.
26. Организация и развитие материально-технической базы предприятий розничной торговли и ее влияние на эффективность коммерческой деятельности.
27. Типология предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность.
28. Формирование оптимального торгового ассортимента - основа эффективной коммерческой деятельности предприятия розничной торговли.
29. Закупка товаров и формирование коммерческих связей предприятиями розничной торговли на потребительском рынке.
30. Организация системы закупочной деятельности предприятия розничной торговли, обеспечивающей запросы и потребности потребительского рынка.
31. Организация закупки и продажи товаров на предприятии розничной торговли с использованием правил мерчендайзинга.
32. Организация системы товароснабжения как основы торгово-технологического процесса розничного торгового предприятия.
33. Планирование и организация торгово-технологического процесса на предприятии розничной торговли и его результативность.
34. Оптимизация системы закупки товаров и их реализации на базе использования информационной технологии.
35. Организация процесса продажи товаров и торгового обслуживания покупателей в сфере розничной торговли.
36. Организация и развитие сервиса в розничной торговле России и зарубежных стран.
37. Организация торгового сервиса в сфере розничной торговли и его влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия.
38. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.
39. Организация и развитие электронной торговли в России (или на примере торгового предприятия).
40. Моделирование коммерческой деятельности и организационной системы управления торговым предприятием.
41. Проектирование бизнес-процессов и организационных систем предприятий (компаний) оптовой или розничной торговли.
42. Моделирование решения задач коммерческой деятельности в организации (на предприятии) оптовой или розничной торговли.
43. Нововведения в организации и технологии коммерческой деятельности организации (предприятия) оптовой или розничной торговли.
44. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности организации (предприятия) оптовой или розничной торговли.
45. Стратегический анализ и формирование стратегии развития компании.
46. Современные виды стратегий и их использование в коммерческой деятельности компании.
47. Разработка стратегии организации с целью выхода ее на внешний рынок.
48. Разработка конкурентоспособной сервисной стратегии предприятия на рынке.
49. Выбор стратегии развития коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров.
50. Бизнес-планирование и его роль в реализации стратегии развития компании.
51. Планирование коммерческой деятельности предприятий с использованием бизнес-плана (оперативного и стратегического).
52. Бизнес-план предприятия и его применение для организации коммерческой деятельности.
53. Анализ эффективности коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка на примере конкретной компании, фирмы.
54. Анализ коммерческой деятельности лизинговых компаний.
55. Организация факторингового обслуживания предприятий коммерческими банками.
56. Роль маркетинга в коммерческой деятельности банка.
57. Роль франчайзинга в организации коммерческой деятельности фирмы.
58. Организация коммерческой деятельности страховых компаний.
59. Организация страхования банковских кредитов.
60. Организация страхования экспортных кредитов.
61. Организация страхования коммерческих рисков.
62. Рациональная организация товародвижения.
63. Применение модульных транспортных систем в процессе товародвижения.
64. Роль и сущность пакетирования и контейнеризации в процессе товародвижения.
65. Организация управления технологическими процессами на предприятиях оптовой торговли
66. Организация управления погрузочно-разгрузочными и транспортно-складскими операциями на складе.
67. Организация управления хранением товаров на складе.
68. Организация управления товарными потоками на складе.
69. Организация и технология по поступлению и приемке товаров на складе.
70. Формы организации складского технологического процесса на оптовых предприятиях.
71. Организация и технология транспортно-экспедиционных операций на складе.
72. Рациональная организация складского технологического процесса на оптовых предприятиях.
73. Роль и значение отдельных составляющих технологического процесса в организации и проектировании предприятий оптовой торговли.
74. Техническая оснащенность предприятий оптовой торговли и эффективность использования новых видов оборудования.
75. Сущность и значение управления торгово-технологическими процессами в розничной торговле.
76. Роль и значение отдельных составляющих технологического процесса в организации и проектировании предприятий розничной торговли.
77. Техническая оснащенность предприятий розничной торговли и эффективность использования новых видов оборудования.
78. Взаимосвязь торгово-технологического процесса с устройством и планировкой магазина.
79. Объемно-планировочные решения магазинов.
80. Организация рациональной технологической планировки торговых залов магазинов.
81. Организация управления технологическими процессами в магазинах.
82. Организация и технология приемки товаров по количеству и качеству в розничной торговле.
83. Основные направления совершенствования торгово-технологического процесса в магазине.
84. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий.
85. Организационно-технологические аспекты формирования торговых сетей и интегрированных торговых структур.
86. Формирование технической оснащенности розничных сетей и их влияние на эффективность коммерческой деятельности.