

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Чувашский государственный университет имени И.Н.Ульянова»
(ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н.Ульянова»)

Экономический факультет

ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ,
выпускающихся в 2025 году

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) «Коммерческая деятельность»

Квалификация выпускника бакалавр

№	Наименование тем выпускных квалификационных работ
1.	Совершенствование организации коммерческой деятельности предприятий розничной (оптовой) торговли.
2.	Организация и развитие малых предприятий в розничной (оптовой) торговле России.
3.	Разработка системы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.
4.	Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия в условиях конкуренции.
5.	Совершенствование информационных систем обеспечения коммерческой деятельности торгового предприятия.
6.	Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятий оптовой (или розничной) торговли.
7.	Организация и развитие складского хозяйства предприятий оптовой торговли.
8.	Исследование рынков закупок и сбыта товаров в оптовой торговле (на примере товарной группы).
9.	Организация закупки и продажи потребительских товаров на предприятиях оптовой торговли.
10.	Формирование коммерческих связей и организация коммерческой деятельности в оптовой торговле.
11.	Организация и развитие закупочной деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли на потребительском рынке.
12.	Управление товарными запасами на предприятиях оптовой (розничной) торговли.
13.	Организация сбыта товаров в оптовой торговле и оценка его эффективности.
14.	Формирование и управление коммерческими операциями в оптовой

	торговле.
15.	Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.
16.	Анализ и оценка рисков в коммерческой деятельности на предприятиях оптовой (розничной) торговли.
17.	Современные системы безопасности для предприятия оптовой (розничной) торговли (на примере оптового предприятия, магазина).
18.	Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности торговых предприятий на товарных рынках (продовольственном, непродовольственном, конкретного товара).
19.	Развитие франчайзинга как формы поддержки малого предпринимательства в торговле.
20.	Прогнозирование продаж и бюджетирование закупок товаров в торговом предприятии.
21.	Влияние конъюнктуры потребительского рынка на коммерческую деятельность торгового предприятия.
22.	Исследование мерчандайзинга как элемента организации продаж товаров.
23.	Информационно-компьютерное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия розничной торговли.
24.	Организация и осуществление торговой деятельности малых предприятий в розничной торговле.
25.	Оценка состояния материально - технической базы предприятий розничной торговли и ее влияние на эффективность коммерческой деятельности.
26.	Формирование оптимального торгового ассортимента на предприятии розничной торговли.
27.	Организация системы закупочной деятельности предприятия розничной торговли.
28.	Оптимизация системы закупки и продажи товаров в оптовой (розничной) торговле на основе информационных технологий.
29.	Организация хозяйственных связей на предприятии и пути их совершенствования.
30.	Совершенствование процесса продажи товаров и торгового обслуживания в розничной торговле.
31.	Организация торгового обслуживания в розничной торговле и его влияние на результаты деятельности предприятия.
32.	Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия розничной торговли.
33.	Организация и развитие дистанционного способа продажи товаров (на примере конкретной группы, категории).
34.	Проектирование бизнес-процессов на предприятиях оптовой или розничной торговли.
35.	Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия оптовой (розничной торговли).
36.	Формирование товарной стратегии развития компании для повышения ее эффективности.
37.	Разработка конкурентной стратегии организации для выхода на внешний

	рынок.
38.	Разработка конкурентной стратегии предприятия на потребительском рынке.
39.	Стратегии развития розничной торговой сети и их влияние на эффективность торговой деятельности предприятия.
40.	Разработка бизнес-плана предприятия и его применение для организации коммерческой деятельности предприятия.
41.	Организация коммерческой деятельности страховых компаний.
42.	Организация страхования коммерческих рисков.
43.	Развитие и совершенствование грузовых перевозок на разных видах транспорта (по выбору).
44.	Разработка механизма снижения расходов при транспортировке грузов.
45.	Организация коммерческой деятельности в сфере транспорта.
46.	Организация перевозок грузов (на примере конкретного транспортного субъекта).
47.	Организация и планирование транспортного обеспечения в коммерческой деятельности торгового предприятия.
48.	Разработка рациональной организации товародвижения.
49.	Управление технологическими процессами на предприятиях оптовой торговли.
50.	Управление погрузочно-разгрузочными и транспортно-складскими операциями на складе.
51.	Организация управления товарными потоками на складе.
52.	Управление технологическими потоками на складе.
53.	Организация и технология процессов по поступлению и приемке товаров на складе.
54.	Организация складского технологического процесса на предприятиях оптовой торговли и оценка его эффективности.
55.	Оптимизация складского технологического процесса на предприятиях оптовой торговли.
56.	Управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле.
57.	Организация и совершенствование торгово-технологического процесса в магазине.
58.	Организация и технология товароснабжения предприятий розничной торговли.
59.	Организационно-технологические аспекты формирования розничных торговых сетей.
60.	Стратегии развития розничной торговой сети и их влияние на эффективность торговой деятельности предприятий.
61.	Организация деятельности малого предприятия в сфере коммерции (на примере конкретного предприятия).
62.	Инновационные технологии в малом бизнесе (на примере предприятия).
63.	Организация посылочной торговли в современных условиях.
64.	Управление предпринимательскими рисками в сфере коммерции.
65.	Организация и развитие торгового предпринимательства на современном этапе.
66.	Стратегический анализ внешней и внутренней предпринимательской

	среды.
67.	Информационное обеспечение и его влияние на эффективность деятельности предприятия.
68.	Инновации в использовании торгового пространства в магазинах современных форматов.
69.	Организация и стимулирование продаж товаров в магазинах с использованием инструментов мерчандайзинга.
70.	Разработка стандартов планировки торговых залов для сетевых магазинов.
71.	Направления совершенствования организации и технологии вендинговой торговли.
72.	Организация и эффективность коммерческой деятельности Интернетмагазина.
73.	Механизм взаимодействия розничной и оптовой торговли в современных условиях.
74.	Аутсорсинг как инструмент сокращения затрат на ведение торгового дела.
75.	Повышение конкурентоспособности малого бизнеса в условиях финансово-экономического кризиса.
76.	Оценка состояния бизнес-среды и привлекательности предпринимательского капитала.
77.	Эффективность взаимодействия банка и торговой сети в современных условиях по предоставлению инновационных кредитных продуктов.
78.	Перспективность интенсивного способа развития бизнеса торговой компании.
79.	Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятий торговли.
80.	Механизм построения эффективной системы сбыта на малом предприятии.
81.	Анализ и оценка инновационной деятельности в торговле.
82.	Модели управления коммерческой деятельностью в розничной сетевой торговле.
83.	Создание сетевой модели ведения бизнеса на потребительском рынке.
84.	Обоснование инновационной политики в коммерческой деятельности торгового предприятия.
85.	Влияние инновационной деятельности на развитие предприятия.
86.	Автоматизация складских операций и их эффективность.
87.	Организация коммерческой деятельности на основе исследования конкурентной среды.
88.	Управление ассортиментом на основе категорийного менеджмента.
89.	Разработка стратегии выхода торговых предприятий на региональные рынки.
90.	Современные модели логистического управления на торговом предприятии.
91.	Регулирование распределительного центра торговой сети в современных условиях.
92.	Организация коммерческой деятельности оптового торгового предприятия и пути её совершенствования
93.	Организация сбыта товаров в оптовой торговле и оценка его эффективности

94.	Организация и управление логистической деятельностью торгового предприятия на отраслевом рынке
95.	Управление товарными запасами на предприятии общественного питания
96.	Оптимизация сбытовой деятельности розничного предприятия сетевой торговли на отраслевом рынке
97.	Организация системы закупочной деятельности предприятия розничной торговли на отраслевом рынке
98.	Организация и управление товарными потоками торгового предприятия на отраслевом рынке
99.	Оптимизация производственно-сбытовой деятельности как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия на отраслевом рынке
100.	Управление реализационной деятельностью предприятия в сфере АПК
101.	Разработка бизнес-плана и его применение для развития коммерческой деятельности предприятия
102.	Разработка реализационной стратегии посреднической организации на отраслевом рынке
103.	Совершенствование информационных систем управления коммерческой деятельностью торгового предприятия
104.	Формирование стратегического подхода к управлению коммерческими операциями розничного предприятия
105.	Организация и развитие закупочно-реализационной деятельности предприятия оптовой торговли
106.	Организация и совершенствование торгово-технологического процесса гипермаркета
107.	Развитие логистической деятельности производственного предприятия на отраслевом рынке
108.	Формирование логистического подхода к развитию производственной деятельности предприятия на отраслевом рынке
109.	Разработка стратегии выхода торгового предприятия на региональные рынки сбыта
110.	Развитие системы обслуживания покупателей в розничной торговле
111.	Развитие коммерческой деятельности дилерского предприятия в условиях конкурентной борьбы на отраслевом рынке
112.	Развитие системы хозяйственных связей малого торгового предприятия на отраслевом рынке
113.	Развитие системы взаимодействия предприятия сферы общественного питания с покупателями
114.	Развитие закупочно-сбытовой деятельности оптового торгового предприятия на региональном потребительском рынке

Утвержден на заседании Ученого совета экономического факультета (протокол от 18.11.2024 г. № 10)

Зав. кафедрой



Н.А. Ефремов