**ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**«КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»**

1. Совершенствование информационного обеспечения коммерческой деятельности организации.
2. Совершенствование системы управления коммерческой деятельностью (субъекта торговли, субъекта общественного питания).
3. Организационное и экономическое обеспечение управления коммерческой деятельностью.
4. Автоматизированные системы управления коммерческой деятельностью и оценка их эффективности.
5. Коммерческая информация и организация её защиты (на материалах субъектов оптовой и розничной торговли, общественного питания).
6. Информационная поддержка принятия коммерческих решений (на материалах субъектов оптовой, розничной торговли, общественного питания).
7. Организация работы коммерческого (торгового) отдела по изучению покупательского спроса и пути еë совершенствования.
8. Организация изучения спроса населения в фирменном магазине и пути еë совершенствования.
9. Совершенствование организации изучения покупательского спроса в объектах розничной торговли.
10. Организация изучения покупательского спроса в объектах розничной торговли (общественного питания) и пути еë совершенствования.
11. Организация изучения спроса оптовых покупателей и пути еë совершенствования.
12. Изучение конъюнктуры рынка товаров (работ, услуг) и использование его результатов в коммерческой деятельности.
13. Анализ и прогнозирование развития товарного рынка как необходимое условие эффективной коммерческой деятельности субъекта розничной (оптовой) торговли.
14. Анализ и прогнозирование развития рынка продукции общественного питания как необходимое условие эффективной коммерческой деятельности субъекта общественного питания.
15. Коммерческая деятельность по формированию торгового ассортимента и ее совершенствование.
16. Ассортиментная политика и еë влияние на эффективность коммерческой деятельности (на материалах субъекта розничной, оптовой торговли, субъекта общественного питания).
17. Совершенствование ассортиментной политики субъекта торговли (субъекта общественного питания).
18. Организация работы категорийного менеджера и пути её совершенствования.
19. Современные подходы к формированию ассортимента товаров в розничной торговле (в оптовой торговле).
20. Управление ассортиментом товаров (продукции общественного питания) на основе категорийного подхода.
21. Коммерческая деятельность по формированию товарных запасов и оценка ее эффективности.
22. Определение потребности субъекта общественного питания в пищевой продукции и товарах и планирование закупок (на материалах субъекта общественного питания).
23. Коммерческая деятельность субъекта розничной (оптовой) торговли по закупкам товаров народного потребления и пути еë совершенствования.
24. Планирование закупочной деятельности коммерческой организации.
25. Организация и совершенствование коммерческой работы по закупкам товаров (на материалах организации).
26. Организация и проведение процедур государственных закупок товаров (работ, услуг) и пути повышения их эффективности.
27. Закупка товаров на оптовых выставках-ярмарках и пути еë совершенствования.
28. Совершенствование организации и технологии закупок товаров на электронных аукционах.
29. Коммерческая деятельность по организации и проведению аукционов.
30. Совершенствование организации и технологии закупок товаров на товарной бирже.
31. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров и пути еë совершенствования.
32. Управление коммерческой деятельностью по организации оптовой продажи товаров.
33. Организация продажи товаров со складов оптовой организации и пути повышений еë эффективности.
34. Организация продажи товаров на оптовых ярмарках, её эффективность, пути совершенствования.
35. Коммерческая деятельность по сбыту и пути еë активизации (на материалах производственного предприятия).
36. Методы оптовой продажи товаров со складов организации оптовой торговли и пути их совершенствования.
37. Организация коммерческой деятельности при экспортно-импортных операциях и пути её улучшения.
38. Повышение эффективности системы управления продажами.
39. Рекламные средства и эффективность их применения субъектом розничной (оптовой) торговли.
40. Рекламные средства и эффективность их применения в общественном питании.
41. Планирование рекламной кампании и оценка эффективности её реализации.
42. Планирование и организация рекламных кампаний в местах продажи товаров (продукции общественного питания).
43. Планирование и организация рекламных кампаний в сети Интернет.
44. Стимулирование в коммерческой деятельности: методы, средства, оценка их эффективности.
45. Средства стимулирования продаж в оптовой (розничной) торговле (общественном питании) и их эффективность.
46. Использование информационных технологий при управлении продажами.
47. Лизинг и эффективность его использования в коммерческой деятельности.
48. Развитие франчайзинга как формы малого предпринимательства.
49. Роль франчайзинга в организации коммерческой деятельности субъекта хозяйствования.
50. Коммерческий риск и пути его нейтрализации.
51. Повышение эффективности коммерческой деятельности субъекта оптовой (розничной) торговли.
52. Пути совершенствования договорной работы с поставщиками (на материалах торговой организации).
53. Формирование коммерческого предложения (на материалах торговой организации).