

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

Кафедра: Экономика и управление на транспорте

**АННОТИРОВАННАЯ ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки:	38.03.06 Торговое дело
Профиль:	Маркетинг
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Год начала обучения:	2020

1. Состав государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело в соответствии с решением Ученого совета университета включает в себя:

Государственная итоговая аттестация по направлению 38.03.06 Торговое дело в соответствии с решением Ученого совета университета включает в себя:

- Защиту выпускной квалификационной работы в форме бакалаврской работы.

2. Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ

Анализ маркетинговых структур

Анализ сезонных колебаний продаж товаров в торговом предприятии.

Ассортиментная политика торгового предприятия

Внедрение маркетинговой информационной системы

Выбор поставщиков коммерческими структурами.

Диверсификация клиентской базы коммерческого банка

Жизненный цикл продукта и управление его этапами

Интернет-маркетинг (директ, продвижение, Яндекс, Гугл)

Информационные технологии как инструмент повышения конкурентоспособности торгового предприятия.

использования новых видов оборудования.

Коммерческая деятельность как фактор развития предпринимательства в торговых предприятиях

Комплексная оценка эффективности результатов деятельности коммерческого предприятия.

Конкуренция и ее влияние на осуществление коммерческой деятельности.

Конъюнктура рынка и ее влияние на коммерческую деятельность.

Маркетинг в развитии коммерческой деятельности розничного предприятия.

Маркетинговый анализ деятельности фирмы

Маркетинговый анализ международных перевозок грузов

Маркетинговый анализ оплаты труда работников организации в условиях рынка

Обеспечение конкурентоспособности отдельного магазина в условиях расширения деятельности розничных сетей.

Образование и использование доходов коммерческого предприятия.

Организация закупочной работы и направления ее совершенствования.

Организация и каналы распространения коммерческой информации.

Организация и планирование сбыта товаров на потребительском рынке.

Организация и пути совершенствования коммерческой деятельности предприятия (оптовой, розничной или мелкооптовой торговли).

Организация и совершенствование коммерческой деятельности предприятий торговли.

Организация коммерческой деятельности розничного торгового предприятия формата Cash&Carry.

Организация рекламы и ее влияние на результативность коммерческой деятельности предприятия.

Организация торговли в Internet-сети.

Оценка и выбор ценовой стратегии организации на конкурентном рынке

Оценка менеджмента в организации

Оценка мотивации потребителей в системе управления

Оценка развития системы управления

Управление маркетинговой деятельностью некоммерческой организации

Управление маркетинговыми затратами

Управление маркетингом и рекламой в организации

Финансовый анализ коммерческой деятельности предприятия.

Формирование ассортимента и управление товарными запасами на предприятиях оптовой (розничной) торговли.

Формирование и использование прибыли коммерческого предприятия.

Формирование ценовой стратегии и политики предприятия.

Формы розничной продажи товаров, на примере торгового предприятия.

Характеристика методов управления товарными запасами, их использование в коммерческой деятельности торговых предприятий.

Характеристика оперативных процессов в розничной торговле.

Цели и методы разработки маркетинговой стратегии предприятия

Ценообразование на промышленную продукцию