**ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

1. Управление товарными запасами на предприятиях оптовой торговли.

2. Организационные основы продажи товаров со складов предприятий оптовой торговли.

3. Формирование и управление коммерческими операциями в оптовой торговле.

4. Организация финансового обеспечения коммерческой деятельности предприятие оптовой торговли.

5. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.

6. Оценка рисков в коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.

7. Обеспечение безопасности коммерческой деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.

8. Оценка коммерческой деятельности торговых предприятий на товарных рынках (продовольственном, непродовольственном, конкретного товара).

9. Развитие франчайзинга как формы поддержки малого предпринимательства в торговле.

10. Прогнозирование развития товарного рынка как необходимое условие эффективной коммерческой деятельности торгового предприятия.

11. Влияние конъюнктуры потребительского рынка на коммерческую деятельность торгового предприятия.

12. Маркетинговый подход к организации коммерческой деятельности предприятия розничной (оптовой) торговли.

13. Стратегия развития предпринимательства в сфере услуг.

14. Организация разработки бизнес-плана предприятия.

15. Организация и развитие собственного дела.

16. Управление предпринимательскими рисками в сфере коммерции.

17. Конкурентоспособность торгового предприятия.

18. Внутрифирменное планирование предпринимательской деятельности.

19. Ценообразование в сфере коммерческого предпринимательства.

20. Организация закупочно-сбытовой деятельности торгового предприятия.

21. Организационно-правовые формы предпринимательства в сфере коммерции.

22. Развитие торгового предпринимательства на современном этапе.

23. История развития предпринимательства и особенности его эволюция в России.

24. Особенности Лизинга как формы развития предпринимательства.

25. Коммуникационная политика в предпринимательской деятельности.

26. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.

27. Организация коммерческой деятельности торговых предприятий.

28. Организация и развитие малых предприятий в торговле России.

29. Разработка системы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.

30. Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия в условиях конкуренции.

31. Информационная система обеспечения коммерческой деятельности торгового предприятия.

32. Организация коммерческой деятельности предприятий оптовой торговли.

33. Организация и развитие складского хозяйства предприятия оптовой торговли.

34. Информационно-компьютерное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия розничной торговли.

35. Организация коммерческой деятельности малых предприятий в розничной торговле.

36. Влияние материально-технической базы предприятий розничной торговли на эффективность коммерческой деятельности.

37. Типология предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров.

38. Формирование оптимального торгового ассортимента предприятия розничной торговли.

39. Закупка товаров и формирование коммерческих связей предприятиями розничной торговли на потребительском рынке.

40. Организация системы закупочной деятельности предприятия розничной торговли.

41. Использование мерчендайзинга на предприятиях розничной торговли.

42. Организация системы товароснабжения розничного торгового предприятия.

43. Оптимизация системы закупки товаров и их реализации на базе использования информационной технологии.

44. Анализ коммерческой деятельности лизинговых компаний.

45. Организация факторингового обслуживания предприятий коммерческими банками.

46. Роль франчайзинга в организации коммерческой деятельности фирмы.

47. Организация коммерческой деятельности страховых компаний.

48. Организация и технология приемки товаров по количеству и качеству в розничной торговле.

49. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий.

50. Организационно-технологические аспекты формирования торговых сетей и интегрированных торговых структур.

51. Организация деятельности малого предприятия в сфере коммерции (на примере...)

52. Сравнительный анализ развития малых предприятий в торговле России и за рубежом.

53. Организация управления малым (семейным) предприятием.

54. Особенности предпринимательской деятельности в сфере торговли.

55. Формирование культуры предпринимательства в сфере коммерции.

56. Формирование корпоративного духа и организационной культуры в торговой фирме.

57. Развитие предпринимательства в розничной торговле.

58. Эффект использования ресурсов торгового предприятия.

59. Организация посылочной торговли.

60. Исследование рынка закупок и сбыта товаров в оптовой торговле.

61. Моделирование коммерческой деятельности на предприятиях оптовой торговли по закупке и продаже потребительских товаров.

62. Формирование коммерческих связей и организация коммерческой деятельности в оптовой торговле.

63. Организация закупочной деятельности оптового предприятия на товарном рынке.

64. Организация процесса продажи товаров и торгового обслуживания покупателей в розничной торговле.

65. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.

66. Организация и развитие электронной торговли в России (или на примере торгового предприятия).

67. Моделирование коммерческой деятельности и организационной системы управления торговым предприятием.

68. Проектирование бизнес-процессов и организационных систем предприятий (компаний) оптовой или розничной торговли.

69. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.

70. Формирование стратегии развития компании.

71. Использование современных видов стратегий в коммерческой деятельности компании.

72. Разработка стратегии организации для выхода на внешний рынок.

73. Выбор стратегии развития коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров.

74. Значение бизнес-планирования в реализации стратегии развития компании.

75. Анализ эффективности коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (на примере конкретной фирмы).