

РУКОВОДИТЕЛИ ВЫПУСКНИХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

Руководитель, ФИО	Уч. степень, звание, должность	Место консультаций
Агеева Ольга Ивановна	к.э.н., доцент, доцент кафедры	Ауд. 301(2-й корпус)
Андруник Андрей Петрович	д.п.н., доцент, профессор кафедры	Ауд. 301(2-й корпус)
Волков Владислав Иванович	ст.преподаватель кафедры	Ауд. 301(2-й корпус)
Вышенский Михаил Юрьевич	к.т.н., доцент кафедры	Ауд. 301(2-й корпус)
Гордеев Александр Евгеньевич	к.психол.н, доцент, доцент кафедры	Ауд. 301(2-й корпус)
Грабский Владимир Васильевич	к.п.н., доцент, доцент кафедры	Ауд. 301(2-й корпус)
Долгополов Евгений Михайлович	к.воен.н., доцент, зав. кафедрой	Ауд. 301(2-й корпус)
Щербатых Александр Иванович	к.п.н., доцент, доцент кафедры	Ауд. 301(2-й корпус)

ГРАФИК КОНСУЛЬТАЦИЙ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ВКР

№	Ф.И.О.	Уч. степень, звание, должность	День недели	Время
1	Агева Ольга Ивановна	к.э.н., доцент, доцент кафедры	вторник	10.00-11.00
			пятница	18.00-19.00
2	Андруник Андрей Петрович	д.п.н., доцент, профессор кафедры	четверг	14.00-15.00
			четверг	16.00-17.00
3	Волков Владислав Иванович	ст.преподаватель кафедры	пятница	14.00-15.00
			пятница	16.00-17.00
4	Вышенский Михаил Юрьевич	к.т.н., доцент кафедры	вторник	14.00-17.00
			пятница	19.00-20.00
5	Гордеев Александр Евгеньевич	к.психол.н, доцент, доцент кафедры	понедельник	14.00-15.00
			понедельник	16.00-17.00
6	Грабский	к.п.н., доцент,	понедельник	16.00-17.00

	Владимир Васильевич	доцент кафедры	понедельник	17.00-18.00
7	Долгополов Евгений Михайлович	к.воен.н., доцент, зав. кафедрой	среда	14.00-15.00
			среда	16.00-17.00
8	Щербатых Александр Иванович	к.п.н., доцент, доцент кафедры	среда	16.00-17.00
			среда	17.00-18.00

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
профилю «Менеджмент организации торговли»
в 2018 – 2019 учебном году

1. Анализ и разработка предложений по совершенствованию системы управления экономическим ростом на предприятии (организации)
2. Анализ системы управления качеством продукции и разработка предложений по ее совершенствованию на предприятии (организации)
3. Аутсорсинг-современная методология создания конкурентоспособных организаций
4. Бенчмаркинг в разработке бизнес-модели торговой организации
5. Влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности организации оптовой торговли
6. Влияние культуры торгового обслуживания на эффективность торговых организаций
7. Внедрение финансового менеджмента в торговой организации (предприятии)
8. Выбор направления продвижения товаров на потребительский рынок
9. Выбор оптимальных методов поставки товаров с учетом особенности клиентской базы
10. Выбор стратегии организационных изменений в организации (предприятии) торговли.
11. Выбор стратегии организационных изменений в торговой организации
12. Выбор стратегии развития торговой организации
13. Выбор стратегии управления дилерской сетью
14. Выбор цепи поставок товаров торговой организации
15. Деловая оценка (аттестация) персонала и влияние ее результатов на работу торговой организации (предприятия)
16. Диагностика профессиональной пригодности персонала торговой организации (предприятия)
17. Диагностика эффективности системы мотивации трудовой деятельности персонала торговой организации (предприятия)
18. Инновационные приемы в деятельности торговых организаций (предприятий)
19. Инновационные приемы в управлении складским технологическим процессом
20. Интеграционные процессы в российских торговых компаниях.
21. Интегрированные коммуникации в деятельности торговой организации
22. Кадровый менеджмент на различных этапах развития деятельности торговой организации
23. Конкурентоспособность торговой организации (предприятия): методология оценки и направления повышения.
24. Контроллинг в деятельности торговых организаций (предприятий)
25. Корпоративная культура в системе торгового менеджмента.
26. Корпоративная культура как фактор повышения эффективного управления деятельностью торговой организации

27. Корпоративный стиль как фактор повышения эффективности торговой организации
28. Мерчандайзинг как управленческое решение по стимулированию продаж
29. Методы стимулирования продажи товаров и оценка целесообразности их использования
30. Механизм управления оптовой торговой организацией и оценки его эффективности
31. Механизм управления финансами торговой организации (предприятия)
32. Моделирование ситуаций и разработка решений в менеджменте
33. Обоснование выбора организационно-правовой формы для коммерческого предприятия (организации) и разработка системы управления им
34. Оптимизация ассортимента торговой организации в рамках категорийного менеджмента
35. Оптимизация организационной структуры управления торговой организации
36. Оптимизация процесса продажи товаров и повышения качества торгового обслуживания покупателей
37. Организационные формы объединений предприятий: цели создания и особенности управления (ассоциация, холдинг, концерн, альянс и т.д.).
38. Организация внутрифирменного предпринимательства
39. Основные направления и механизмы государственного регулирования предпринимательской деятельности в торговле.
40. Особенности и эффективность применения в розничной организации различных методов продажи
41. Особенности механизмов создания и управления деятельностью коммерческих и некоммерческих предприятий (организаций)
42. Особенности организации и управления распределительными центрами и их роль в товаропроводящей сети
43. Особенности организации и управления торговыми комплексами
44. Особенности организации и управления торговыми центрами
45. Особенности создания и управления предприятиями малого бизнеса в сфере торговли.
46. Особенности создания и управления предприятиями малого бизнеса в сфере торговли
47. Особенности управления ассортиментом торгового предприятия малого бизнеса
48. Особенности управления розничной торговой организацией формата «шаговой» доступности
49. Оценка конкурентоспособности розничной торговой организации на потребительском рынке
50. Оценка размещения розничной торговой сети и ее оптимизация
51. Оценка эффективности складского процесса оптовой организации
52. Оценка эффективности функционирования мелкорозничных организаций
53. Повышение конкурентных преимуществ торговой организации за счет улучшения использования кадрового потенциала
54. Повышение конкурентоспособности продукции на основе эффективной системы управления качеством на предприятии (организации)

55. Повышение результативности организации на основе управления ассортиментом
56. Проектирование оптимальной системы материального стимулирования труда в торговой организации
57. Проектирование систем принятия управленческих решений на предприятии (организации)
58. Разработка антикризисной стратегии торговой организации
59. Разработка бизнес-плана инновационно-инвестиционного проекта по перспективному развитию фирмы с учетом ее стратегии и тактики в современных условиях
60. Разработка и обоснование элементов системы антикризисного управления на предприятии (организации)
61. Разработка и управление инвестиционным проектом по осуществлению посреднической деятельности (услуг)
62. Разработка и управление инвестиционным проектом по продвижению товара на потребительском рынке
63. Разработка и управление инвестиционным проектом по социально-экономическому развитию торговой организации
64. Разработка и управление инновационным проектом (товаров и услуг)
65. Разработка кадровой политики торговой организации (предприятия)
66. Разработка конкурентных стратегий торговой организации на потребительском рынке
67. Разработка организационно-технологической модели розничного магазина
68. Разработка рекламной кампании торговой организации
69. Реинжиниринг в менеджменте торговой организации
70. Риск-менеджмент в деятельности организации на потребительском рынке товаров и услуг
71. Система контроля трудового поведения персонала фирмы
72. Система стимулирования мотивации труда в ритейловых сетях
73. Система стимулирования труда работников организации (предприятия) торговли
74. Совершенствование организации труда торговой организации (предприятия)
75. Совершенствование технологии набора и отбора персонала в организацию
76. Создание внутрифирменной рекламы и ее эффективность
77. Социально-психологические аспекты управления персоналом торговой организации (предприятия)
78. Специальная оценка условий труда: содержание, анализ и пути совершенствования проведения на предприятии (организации)
79. Стимулирование продаж в розничной торговой организации как условие повышения эффективности ее деятельности
80. Стимулирование продаж непродовольственных (продовольственных) товаров в розничной торговой организации
81. Стратегическое управление закупками в оптовой организации
82. Стратегия организационного развития торговой организации на потребительском рынке

83. Стратегия развития дилерской сети на потребительском рынке
84. Стратегия развития торговой организации на региональных рынках
85. Стратегия управления ассортиментом в торговой организации формата «кэш энд кэрри»
86. Стратегия формирования ассортимента в оптовой организации
87. Тенденции развития и совершенствования организационных и управленческих отношений в системе менеджмента
88. Управление персональным развитием и деловой карьерой персонала организации (предприятия) торговли
89. Управление акционерным обществом в розничной торговле (в оптовой торговле).
90. Управление ассортиментом в Интернет-магазине
91. Управление ассортиментом оптовой организации
92. Управление ассортиментом розничной торговой организации на товарном рынке
93. Управление закупками в сети предприятий мелкорозничной торговли
94. Управление закупками в торговой организации формата «кэш энд кэрри»
95. Управление закупками и поставками в розничной организации потребительского рынка
96. Управление закупочной деятельностью в производственно-торговой организации
97. Управление закупочной деятельностью в ритейловой сети
98. Управление закупочной деятельностью в розничной торговой организации
99. Управление изменениями в розничной торговой организации
100. Управление инвестиционной деятельностью торговой организации (предприятия) и ее эффективность
101. Управление коммерческой деятельностью предприятия (организации)
102. Управление коммерческой деятельностью торговой организации
103. Управление конкурентоспособностью торговой организации на потребительском рынке
104. Управление конкурентоспособностью розничной торговой организации (предприятия) в сфере малого бизнеса
105. Управление конфликтами в торговой организации
106. Управление мотивацией персонала в торговой организации (предприятия)
107. Управление обществом с ограниченной ответственностью в розничной торговле (оптовой торговле).
108. Управление оптовой закупкой и поставкой товаров
109. Управление оптовой закупкой и поставкой товаров в дистрибьюторской фирме
110. Управление оптовой закупкой и цепью поставок
111. Управление оптовой продажей товаров
112. Управление продажами в розничной торговой организации на потребительском рынке
113. Управление продвижением собственных торговых марок в оптовой организации формата «кэш энд кэрри»
114. Управление продвижением товаров на региональных рынках.

115. Управление производственной деятельностью предприятия (организации)
116. Управление профессиональной ориентацией и адаптацией персонала торговой организации (предприятия)
117. Управление развитием складской сети
118. Управление рекламной деятельностью в торговой организации и оценка ее эффективности
119. Управление рисками в деятельности торговой организации (предприятия)
120. Управление розничной (оптовой) торговой организацией
121. Управление розничной торговой организацией малого бизнеса
122. Управление складом оптово-розничной организации
123. Управление созданием и продвижением брендов товаров
124. Управление стимулированием продвижения товаров на потребительский рынок
125. Управление стимулированием сбыта производственно-торговой организации
126. Управление товародвижением посредством дистрибьюторских организаций
127. Управление товароснабжением розничной торговой организации
128. Управление торговой организацией в современных условиях
129. Управление торгово-технологическим процессом в розничной организации и его оптимизация
130. Управление торговым обслуживанием покупателей
131. Управление услугами в розничной торговой организации и их эффективность
132. Управление финансовой деятельностью предприятия (организации)
133. Управление формированием ассортимента оптовой торговой организации
134. Управление формированием и развитием организационной культуры в организации (предприятии) торговли
135. Управление частной торговой организацией (предприятием)
136. Условия и факторы, определяющие качество управленческих решений в деятельности предприятия (организации)
137. Формирование ассортиментной политики ритейловой сети
138. Формирование культуры обслуживания покупателей в сетевой розничной организации
139. Формирование лояльных потребителей для повышения конкурентоспособности розничной организации
140. Характеристика и принципы функционирования автоматизированных систем управления предприятием (АСУП)
141. Экономические методы управления торговой организацией в условиях цифровой экономики
142. Управление автоматизацией организационных и технологических процессов на принципах цифровой экономики
143. Управление проектом справочно-аналитической подсистемы для торгового предприятия
144. Управление автоматизацией процессов регистрации и обработки заявок клиентов в компании
145. Управление проектом автоматизации процесса сопровождения заказов в компании
146. Управление проектом автоматизации процесса управления качеством

- предоставления услуги в сети общественного питания
147. Управление процессом приема и размещения гостей в гостинице
 148. Управление разработкой электронного портала для компании
 149. Управление разработкой автоматизированной системы управления взаимоотношениями с клиентами, управления инцидентами и справочно-аналитической подсистемы для предприятия
 150. Использование современных средств связи, автоматизации и компьютерной техники в менеджменте
 151. Корпоративные процессы как объективное условие развития торговых организаций в условиях цифровой экономики
 152. Направления реструктуризации оптовой торговой организации в условиях цифровой экономики
 153. Разработка конкурентной модели торговой организации с применением омниканальных технологий сбыта
 154. Управление предприятием (организацией) с применением АСУП
 155. Управление продажами в Интернет – торговле

**ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА
ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ
(МАГИСТЕРСКИХ ДИССЕРТАЦИЙ)**

по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
программе «Магистр делового администрирования»
в 2018 – 2019 учебном году

1. Стратегическое управление деятельностью компании: проблемы и пути совершенствования.
2. Корпоративные стратегии современных диверсифицированных компаний.
3. Формирование корпоративной стратегии развития деятельности современной организации.
4. Проблемы маркетингового планирования в условиях кризисного и посткризисного состояния экономики.
5. Управление инновациями и изменениями в современной организации.
6. Основные направления продуктовой политики отечественных корпораций.
7. Основные направления ассортиментной политики отечественных корпораций.
8. Формирование маркетинговой стратегии организации.
9. Современные проблемы управления человеческими ресурсами компании.
10. Особенности формирования кадровой стратегии современной организации.
11. Моделирование процесса разработки управленческих решений в организации.
12. Проблемы управления информацией и знаниями в современной организации.
13. Проблемы управления внешнеэкономической деятельностью современной организации.
14. Инновационные методы стимулирования спроса.

15. Современный опыт управления корпоративными финансами.
16. Проблемы маркетингового планирования создания и продвижения инновационного продукта.
17. Разработка корпоративного стандарта по управлению проектами в организации.
18. Создание модели управления инновациями в деятельности организации.
19. Государственное регулирование инновационной деятельности и оценка его эффективности.
20. Стратегия и тактика инновационной деятельности организации в условиях нестабильной экономической ситуации.
21. Разработка стратегии обеспечения безопасности коммерческой тайны в организации.
22. Разработка стратегии обеспечения цифровой безопасности в организации.
23. Управление инновационным проектом по выводу на российский рынок импортозамещающей продукции.
24. Инновации как фактор конкурентоспособности организации на товарном рынке.
25. Инновации как фактор конкурентоспособности организации в условиях цифровой экономики.
26. Анализ взаимодействия бизнеса и власти, его эффективность в условиях нестабильной экономической ситуации.
27. Разработка стратегии развития предприятия в условиях инновационной экономики.
28. Контроллинг как перспективный метод совершенствования управления организацией и оценка его эффективности.
29. Стратегии развития бизнеса в посткризисный период.
30. Факторы конкурентоспособности компаний на мировых рынках товаров и услуг.
31. Кластерные образования как фактор развития предпринимательских структур в условиях глобализации экономики: методологические и организационные аспекты.
32. Стратегическое планирование развития кластерных систем.
33. Механизм управления производственным потенциалом фирмы в условиях глобализации экономики.
34. Совершенствование системы проектного управления на предприятиях малого и среднего бизнеса.
35. Обеспечение устойчивости развития предпринимательских структур как основа стратегического планирования деятельности фирмы.
36. Устойчивое развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в условиях экономического спада
37. Формирование устойчивого конкурентного преимущества фирмы в условиях инновационной экономики.
38. Формирование устойчивого конкурентного преимущества фирмы в условиях цифровой экономики.
39. Конкурентоспособность фирмы: особенности адаптивного управления.
40. Проблемы совершенствования бизнес-процессов в развитии фирмы.

41. Интеграция бизнеса: экономика и управление крупными объединениями организаций.
42. Маркетинговые стратегии устойчивого развития фирмы.
43. Проблемы формирования корпоративной социальной ответственности фирмы.
44. Управление изменениями и компетенциями (знаниями) в области регулирования цифровой экономики отрасли (региона).
45. Управление созданием региональных институтов, направленных на решение первоочередных задач формирования цифровой экономики.
46. Формирование комплексного экономического регулирования отношений, возникающих в связи с развитием цифровой экономики.
47. Управление стимулированием экономической деятельности, связанной с использованием современных технологий, сбором и использованием данных.
48. Управление методическими основами для развития компетенций в области регулирования цифровой экономики.
49. Управление it-технологиями, как фактор конкурентоспособности организаций.
50. Управление конверсией сайта компании.

**График подготовки ВКР студентами группы МНз - 42
Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»**

Структурные части и этапы подготовки ВКР	Срок выполнения
Введение	15.11.2018
Раздел 1	30.11.2018
Раздел 2	14.12.2018
Раздел 3	29.12.2018
Заключение	10.01.2019
Сдача работы на кафедру	15.01.2019

ДАТЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДЗАЩИТ ВКР
по направлениям подготовки: 38.03.02 «Менеджмент»
профилю «Менеджмент организации торговли»

Группа МНз – 42 15 января – 18 января 2019 г.

СТРУКТУРА ВКР

ВКР по направлению включать:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основную часть, состоящую, как правило, не менее чем из трех разделов (теоретического, обзорного по заявленной проблематике; аналитического, организационно-экономического по рассматриваемой проблеме; практического, с рассмотрением реальной практики, опыта функционирования объекта исследования);
- заключение, включающее выводы и предложения (рекомендации);
- список используемых источников;
- приложения (при необходимости).

ВОПРОСЫ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ

Примерный перечень вопросов к государственному экзамену по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, по профилю Менеджмент организации торговли в 2018-2019 учебном году

Теория организации

1. Понятия и значения термина «организация».
2. Понятие и свойства социальной организации. Условия существования организации.
3. Организационно-правовые формы компаний (ОПФ). Их применимость для различных организаций. Сильные и слабые стороны конкретных ОПФ.
4. Организационные структуры предприятий. Их применимость для различных организаций. Сильные и слабые стороны конкретных организационных структур.
5. Основные законы и принципы организации. Их содержание и значение в развитии организаций.
6. Основные концепции жизненного цикла организации, их значение в определении состояния организации.
7. Функции управления, их сущность, состав и значение в организации. Связующие процессы в управлении организацией
8. Организационное проектирование как метод формальной организации целостных систем.
9. Сущность, формы и функции организационной культуры предприятия. Типология и классификация организационной культуры
10. Организационное проектирование и организационные преобразования. Управление изменениями в организации.

Организационное проведение

1. Современный подход к организационному поведению. Развитие теорий управления процессами и людьми в организации.
2. Личность сотрудника и организация. Основные модели взаимодействия.
3. Мотивация персонала в организации.
4. Группы в организации и закономерности их формирования. Групповое поведение в организации.
5. Лидерство и руководство в организации. Стили руководства.
6. Управление конфликтами и стрессами в организации
7. Взаимодействие личностей, групп и организаций в условиях глобализации.
8. Управление системой коммуникации в организации.
9. Развитие организации и организационное поведение сотрудников.
10. Организационная культура организации и ее роль в управлении организационным поведением сотрудников.

Стратегический менеджмент

1. Сущность стратегического управления организацией.
2. Анализ стратегических факторов внешней среды
3. Анализ непосредственного окружения.
4. Управленческий анализ.
5. Стратегический анализ затрат и цепи издержек.
6. Стратегии роста
7. Стратегии сокращения
8. Конкурентные стратегии.
9. Портфельные стратегии.
10. Реализация стратегии

Коммерческая деятельность

1. Торговля: понятие, виды и ее роль в бизнесе. Функции торговых предприятий.
2. Государственное регулирование торговой деятельности на федеральном и региональном уровнях управления.
3. Оптовая торговля: понятие, функции и основные тенденции развития отрасли.
4. Понятие и классификация услуг розничной торговли.
5. Розничные торговые объединения и механизм управления розничной сетью.
6. Исследование рынка закупок и сбыта в оптовой и розничной торговле: понятие, направления и методы. Использование результатов исследования в организации торговой деятельности.
7. Источники поставки товаров в оптовой и розничной торговле. Требования, предъявляемые к поставщикам и организация хозяйственных связей.
8. Понятие ассортиментной политики и факторы, влияющие на формирование ассортимента в торговле.
9. Понятие и виды товарных запасов формируемых торговыми предприятиями. Учет и анализ товарных запасов в торговле.
10. Организация оптовой продажи товаров: понятие, методы и их эффективность.
11. Организация розничной продажи товаров: понятие, методы и их эффективность.
12. Способы стимулирования сбыта товаров в торговле, особенности их применения и эффективность.
13. Инновации в организации торговой деятельности и их влияние повышение эффективности.
14. Показатели эффективности организации торговой деятельности и направления совершенствования торговых процессов.
15. Стратегическое планирование коммерческой деятельности в торговой организации (на предприятии).
16. Инвестиции в объекты розничной и оптовой торговли, эффективность и стимулирование инвестиционных проектов в области торговой деятельности.
17. Организация деятельности выставок, требования к организации ярмарок и продажи товаров на них.
18. Лизинг: основные понятия, виды, формы и правовое регулирование.

19. Франчайзинг: виды и современные особенности организации торговой деятельности.
20. Принципы и критерии оптимального выбора месторасположения розничного торгового; предприятия (на территории поселений и внутри торговых объектов).

**Примерный перечень вопросов к государственному экзамену по
направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент,
программе «Магистр делового администрирования»
в 2018-2019 учебном году**

Управленческая экономика

1. Институциональная природа фирмы: Виды фирм по типу построения внутренней структуры управления: обзорная классификация.
2. Вертикально и горизонтально интегрированные предприятия. Холдинговые формы управления диверсифицированными компаниями.
3. Рыночный спрос: объем спроса, функция спроса, цена спроса и кривая спроса.
4. Экономические потребности. Варианты классификаций потребностей.
5. Теория предельной полезности: кардиналистский (количественный) подход. Ординалистский (порядковый) подход к анализу полезности и спроса.
6. Индексы цен, номинального и реального дохода. Индексы цен и реального дохода.
7. Понятие неопределенности и риска. Методы оценки риска: априори, апостериори.
8. Рыночное предложение: объем предложения, функция предложения, цена предложения и кривая предложения.
9. Микроэкономическая теория производства: основные положения.
10. Взаимодействие спроса и предложения. Понятие избыточного спроса.
11. Государственное регулирование товарного рынка: воздействие на рыночное равновесие потоварного (индивидуального акцизного) налога.
12. Защита национального рынка от иностранной конкуренции. Воздействие импортных квот и тарифов на равновесие рынка благ.
13. Явные (внешние) и неявные (имплицитные) затраты производства. Альтернативные затраты. Экономическая и бухгалтерская прибыль.
14. Текущие издержки производства в краткосрочном периоде.
15. Текущие издержки производства в длительном периоде.
16. Теории прибыли: обзорная классификация (компенсаторные и функциональные теории прибыли, теории монопольной прибыли и прибыли от рыночного дисбаланса (фрикционные), технологические и инновационные теории прибыли).
17. Планирование и управление прибылью.

18. Система показателей, характеризующих размер фирмы.
19. Факторы и характеристики, определяющие структуру рынка: положительная отдача от масштаба, диверсификация деятельности фирмы, дифференциация продукта, вертикальная интеграция.
20. Теория совершенной конкуренции: условие первого порядка (необходимое) для максимизации прибыли конкурентной фирмой в коротком периоде, условие второго порядка (достаточное) для максимизации прибыли конкурентной фирмой в коротком периоде.
21. Понятия экономической, административной и естественной монополии.
22. Основные характеристики монополистической конкуренции: принцип дифференциации продукта, неценовые факторы конкуренции, наличие входных барьеров при вступлении в отрасль. Механизм монополистической конкуренции.
23. Характерные признаки олигополии: ограниченное число фирм, высокие барьеры для вступления в отрасль, всеобщая взаимозависимость и стратегическое поведение.
24. Естественная монополия и методы ее регулирования.
25. Внешнеторговая политика в условиях несовершенной конкуренции на мировом рынке.

Корпоративный менеджмент

1. Сущность и типы корпоративного управления
2. Корпорация как форма осуществления бизнеса
3. Корпоративная среда, ее элементы
4. Признаки и обязательства корпораций
5. Участники корпоративных отношений
6. Организационная структура корпорации
7. Модель горизонтальной корпорации
8. Факторы эффективности деятельности корпорации
9. Понятие технологической цепочки
10. Анализ возможностей корпорации
11. Анализ продукции
12. Анализ внутренней структуры и внешнего окружения
13. Проектирование схемы изучения продукции
14. Алгоритм изучения внутренней структуры предприятия
15. Особенности корпоративного управления в России
16. Этапы становления корпоративного управления
17. Создание системы оперативного управления
18. Выбор оперативной системы управления
19. Порядок принятия высшим менеджментом корпорации управленческого решения
20. Основные цели оперативного управления в корпорации
21. Принципы системы оперативного управления в корпорации
22. Методология принятия управленческого решения в корпорации
23. Методы разработки управленческих решений в корпорации
24. Оценка качества управленческих решений в корпорации

25. Деятельность государственных российских корпораций

Операционный менеджмент

1. Сущность, содержание и задачи операционного менеджмента.
2. Понятие предприятия, его задачи, цели и основные признаки. Система управления предприятием.
3. Управление человеческими ресурсами предприятия.
4. Управление финансовыми ресурсами предприятия.
5. Организационные, производственные условия и экономические отношения, обуславливающие выделение предприятия как основного звена народного хозяйства.
6. Классификация предприятий и их место во внешней среде. Роль и место Закона о предприятиях в регламентации их деятельности.
7. Понятие о производственной структуре предприятия и факторы, определяющие её. Структура основного производства.
8. Организация промышленного предприятия в пространстве и принципы его построения. Пути совершенствования производственной структуры.
9. Производственный процесс и принципы его рациональной организации. Организация производственного процесса во времени.
10. Понятие производственной мощности предприятия и факторы, её определяющие. Расчет производственной мощности.
11. Показатели использования производственной мощности и основных производственных фондов и пути их повышения (фондоёмкость, фондоотдача).
12. Содержание и задачи производственной инфраструктуры.
13. Организация энергетического хозяйства предприятия. Организация транспортного хозяйства.
14. Организация складского хозяйства предприятия.
15. Содержание, задачи, состав и системы оперативно-производственного планирования.
16. Техническое оснащение предприятия.
17. Технологическая подготовка производства.
18. Организационно-экономическая подготовка производства.
19. Организация промышленного освоения новой продукции.
20. Система управления качеством продукции.
21. Организация технического контроля на предприятии. Учёт и анализ брака.
22. Сущность управления проектом. Фазы управления проектом (фаза НИОКР, фаза внедрения нового продукта, фаза массового производства, фаза усовершенствования, фаза завершения проекта).
23. Система управления инвестиционным проектом.
24. Структура и функции материально-технического обеспечения на предприятии.
25. Организация снабжения ресурсами и управление производственными запасами предприятия.

Методы стратегического анализа

1. Основные принципы новой управленческой парадигмы и её отличие от

традиционной рационалистской парадигмы.

2. Стратегическое управление, его отличие от оперативного управления.
3. Процесс стратегического управления.
4. Роль миссия организации в ее деятельности и развитии.
5. Формирование системы стратегических целей организации.
6. Цель и объект стратегического анализа.
7. Порядок проведения стратегического анализа.
8. Порядок проведения стратегического анализа макросреды.
9. Порядок проведения стратегического фундаментального анализа отрасли.
10. Порядок и модель проведения стратегического анализа конкуренции в отрасли. Анализ движущих сил отрасли.
11. Ключевые факторы успеха. Ключевые компетенции организации.
12. Общая привлекательность отрасли и перспективы прибыльности.
13. Порядок проведения стратегического анализа сильных и слабых сторон организации.
14. Назначение и сущность портфельного анализа деятельности организации.
15. Оценка стратегического потенциала организации.
16. Методы и инструменты проведения стратегического анализа цен и издержек.
17. Применение карты стратегических групп для определения относительной конкурентной позиция фирмы.
18. SWOT-анализ и его использование в стратегическом менеджменте.
19. Методика составления профиля среды.
20. PEST –анализ и его использование в стратегическом менеджменте.
21. Основные задачи и этапы GAP – анализа.
22. Основные задачи и этапы CVP – анализа.
23. Модель Boston Consulting Group (матрица, «доля рынка-темп роста»), краткая характеристика стратегических решений.
24. Модель General Electric/Me Kinsey, краткая характеристика стратегических позиций.
25. Цель и задачи анализа бизнес-процессов.

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ВКР (образец)

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»
ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

Факультет менеджмента

Кафедра менеджмента и права

«Допустить к защите»
Заведующий кафедрой

_____ Е.М. Долгополов

« ____ » _____ 2019 г.

Выпускная квалификационная работа

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Менеджмент организации торговли»

ТЕМА: Стимулирование продаж товаров в розничной торговле

Выполнил студент Иванов Максим Иванович

Группа МНз – 41

Научный руководитель выпускной
квалификационной работы
Петрова Алла Борисовна,
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и права

(подпись)

Автор _____
(подпись)

Пермь – 2019

СОДЕРЖАНИЕ (образец)

Введение	3
1. Теоретические основы стимулирования продаж в розничной торговле.....	6
1.1. Законодательные и экономические основы регулирования торговой деятельности	6
1.2. Факторы и условия стимулирования продаж в розничной торговле.....	13
1.3. Методы стимулирования продаж	17
2. Анализ стимулирования продаж в ООО «Предприятие».....	24
2.1. Общая характеристика предприятия.....	24
2.2. Анализ организации управления предприятием.....	30
2.3. Анализ экономических результатов деятельности предприятия.....	39
2.4. Анализ стимулирования продаж в торговой организации.....	52
3. Предложения по совершенствованию системы стимулирования продаж в ООО «Предприятие».....	61
3.1. Направления совершенствования стимулирования продаж.....	61
3.2. Мероприятия по совершенствованию методов продаж.....	66
3.3. Определение эффективности предлагаемых мероприятий	73
Заключение.....	81
Список использованных источников.....	84
Приложения	87

ВВЕДЕНИЕ

Одной из важных проблем торговой организации является - увеличение объемов продаж. Существует несколько способов: увеличить количество новых покупателей, удерживать старых покупателей, увеличить объем покупок на одного покупателя, увеличить частоту покупок на одного покупателя.

Выбор метода стимулирования продаж зависит от специфики магазина и продаваемого товара. Чтобы акция по стимулированию продаж удалась, необходимо тщательно ее спланировать и задать себе следующие вопросы. Каков наш товар? Если он уникален, дисконтные программы использовать нецелесообразно, так как товар сам по себе привлекает внимание. Если выбор невелик, лучше увеличить ассортимент, чем давать скидки на имеющийся товар.

Вопросы по совершенствованию продаж отражены в работах таких авторов как Норки Д.И., Шейнова В.П., Мачнева Е.В., Снегиревой В.В. (*монографии, научные и популярные статьи, профильные и профессиональные издания ...*).

.
. .

Объектом исследования в работе является ООО «Предприятие», осуществляющее розничную торговлю непродовольственными товарами и оказание бытовых услуг.

В качестве предмета исследования выбраны методы продаж торговой организации.

В работе применены основные методы научного исследования: анализ, синтез, ...

Целью исследования является разработка предложений по совершенствованию системы стимулирования продаж в ООО «Предприятие».

Для достижения поставленной цели в данной работе необходимо решить следующие задачи:

1. Анализ теоретических основ стимулирования продаж в розничной торговле.
2. Анализ стимулирования продаж в ООО «Предприятие».

3. Разработка мероприятий по совершенствованию методов продаж в ООО «Предприятие».

Работа состоит из введения, трех разделов основного текста и заключения.

В первом разделе рассмотрены законодательные и экономические основы регулирования торговой деятельности, а также основные подходы к организации торгового процесса и существующих методов продаж.

Во втором разделе проанализированы хозяйственно-экономическая деятельность и применяемые методы продаж в ООО «Предприятие». Проанализирована эффективность применяемых методов продаж.

В третьем разделе разработаны мероприятия по совершенствованию методов продаж в ООО «Предприятие» и проведен расчет экономической эффективности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ (образец)

1. Конституция Российской Федерации: офиц. текст.– М.: АСТ, 2018.– 32 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая, вторая, третья и четвертая.- М.: Эксмо-Пресс, 2018.- 576 с.
3. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ // Российская газета.- 2009.- 30 декабря.
4. ГОСТ 7.12-93. Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила. – М.: Издательство стандартов, 1993. – 18с.
5. СанПиН 2.3.2.1078-2001 «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов» / Утв. главным государственным санитарным врачом РФ 06.11.2001 № 36.
6. Зарецкая Г.П., Быстрова С.В. Исследование физико-механических свойств пакетов верхней одежды из кожи // Кожевенно-обувная промышленность. – 2012. – № 5. – С. 43-44.
7. Жуков Ф.В., Шевченко О.В., Ганцов Ш.К. Состояние и перспективы инструментальной оценки сорта меха // Плехановские чтения. Экономика и общество в XXI веке: материалы международной научно-практической конференции. – М.: Изд.-во РЭУ, 2014. – С. 152-154.
8. Иванова В.Я., Голубенко О.А. Товароведение и экспертиза кожевенной продукции. – М.: Дашков и К, 2011. – 355 с.
9. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения. – М.: Норма, 2010. – 448 с.
10. Торшин А.К. Влияние мотивации на производительность труда: Автореф. дис. ... канд. техн. наук. – М., 2013. – 23 с.
11. Формирование информационной культуры личности в библиотеках и информационных учреждениях: учебно-методическое пособие / Н. И. Гендина и др. – 2-е изд.– М.: Школьная библиотека, 2011. – 296 с.
12. Franke, J. Einführung in die Statistik der Finanzmärkte / J.Franke, W.Hardle,

- C.Hafner. – Berlin.: Springer, 2011. – 358s.
13. Schade, P. Wirtschafts und Rechtsbegriffe Europas: Institutionen, Aufgaben, Ziele; Lexikon zur Europaeischer Einigung und Integration. / P. Schade. – Berlin: Walhalla, 2014. – 253s.
 14. Материалы международного семинара «Интеграция российской высшей школы в общеевропейскую систему высшего образования: проблемы и перспективы» // Санкт-Петербургский Университет – 2011. – № 4-5. – http://bologna.mgimo.ru/documents.php?cat_id=19&doc_id=112 (дата обращения 18. 01.2012).
 15. Российская государственная библиотека: [Электронный ресурс] / Центр информ. технологий РГБ; Ред. Т.В. Власенко; Web-мастер Н.В. Козлова. – Электрон. дан. – М., 1997. – Режим доступа: <http://www.rsl.ru>, свободный. – Загл. с экрана. – яз. рус., англ. (дата обращения 10. 01.2012).

ЗАЯВЛЕНИЕ (образец оформления)

Зав. кафедрой менеджмента и права
Долгополову Евгению Михайловичу
от студента факультета менеджмента,
_____ формы обучения,
_____ курса, группы _____

(Ф.И.О. полностью)

Контактный телефон _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить тему выпускной квалификационной работы в следующей редакции:

_____ и
назначить научного руководителя _____

(Ф.И.О. научного руководителя)

« _____ » _____ 2018 г.

(подпись студента)

Научный руководитель:

(должность, ученая степень и звание, Ф.И.О.)

(подпись научного руководителя)

Тема и научный руководитель утверждены на
заседании кафедры менеджмента и права
протокол № 1 от 29 сентября 2018 г.

ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ (образец оформления)

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»
ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Отзыв научного руководителя на выпускную квалификационную работу*

студента: _____
(фамилия, имя, отчество)

на тему: _____

Выпускная квалификационная работа отвечает / не отвечает предъявляемым требованиям, и студент _____
допущен / не допущен к защите выпускной квалификационной работы.

Научный руководитель,
должность, степень, звание

(подпись)

(Ф.И.О., дата)

* - Отзыв на выпускную квалификационную работу (ВКР) пишется научным руководителем в свободной форме. При этом в отзыве должно быть отражено:

1. актуальность и значимость темы ВКР;
2. степень и уровень раскрытия темы;
3. анализ основных положений работы, их достоинств и недостатков;
4. степень самостоятельности проведенного исследования (для бакалавров);
5. использование и обобщение современной литературы по теме исследования, в том числе иностранной;
6. умение автора использовать, обрабатывать, анализировать фактический материал, делать аргументированные выводы;
7. использование в работе математических и статистических методов обработки информации и современных информационных технологий;
8. общие выводы по ВКР, замечания и недостатки.
9. объем отзыва должен быть 1,5 – 2 страницы.

РЕЦЕНЗИЯ (образец оформления)

Рецензия на выпускную квалификационную работу*

студента: _____
(фамилия, имя, отчество)

на тему: _____

Выпускная квалификационная работа студента _____ отвечает / не отвечает
предъявляемым требованиям и заслуживает оценки _____.

Рецензент,
должность, степень, звание _____
(подпись) _____ (Ф.И.О., дата)

М.П.

*Выпускные квалификационные работы подлежат обязательному рецензированию. Для выпускных квалификационных работ бакалавров допустимо как внешнее, так и внутреннее рецензирование (т.е. рецензированию НПР других кафедр или иных структурных подразделений Университета). Выпускные квалификационные работы специалистов (дипломные работы, дипломные проекты) и выпускные квалификационные работы магистров (магистерские диссертации) подлежат внешнему рецензированию.

В качестве рецензентов могут привлекаться специалисты государственных органов, сферы бизнеса, НИИ, а также преподаватели других вузов.

Рецензия на ВКР пишется в свободной форме.

В рецензии должны быть отмечены следующие моменты:

- актуальность темы;
- основные проблемы, рассмотренные в ВКР;
- теоретическая и практическая значимость;
- развернутая характеристика каждого раздела работы с выделением положительных сторон и недостатков.

В заключении указывается, отвечает ли работа предъявляемым требованиям, какой оценки она заслуживает. Рецензия подписывается рецензентом с указанием его ученой степени, ученого звания, должности и места работы. Подпись рецензента, если он не является сотрудником «РЭУ им. Г.В. Плеханова», должна быть заверена руководителем кадровой службы по месту работы и **печатью** организации.

Объем рецензии должен быть 1,5 – 2 страницы.

ЗАДАНИЕ И КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН (образец оформления)

**Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Пермский институт (филиал)**

**Факультет менеджмента
Кафедра менеджмента и права**

«УТВЕРЖДАЮ»

Заведующий кафедрой
менеджмента и права

_____ Е.М.Долгополов

« ____ » _____ 2018 г.

ЗАДАНИЕ И КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН
по выполнению выпускной квалификационной работы
бакалавра по направлению 38.03.02 «Менеджмент»
профиль «Менеджмент организации торговли»

Студента 4 курса группы **МНи - 41**

Петрова Сергея Павловича

Тема работы: **«Конкурентоспособность торговой организации: оценка и направления повышения»**

1. Срок сдачи студентом законченной работы 16 января 2019 г.

В разделах выпускной квалификационной работы изложить:

В введении – краткая оценка современного состояния рассматриваемой проблемы, актуальность выбранной темы, цель и задачи работы, объект и предмет исследования, теоретико-методологические основы работы

Срок выполнения: 18 ноября 2018 г.

Раздел 1. **Теоретические основы конкурентоспособности организации.**

Срок выполнения: 02 декабря 2018 г.

Раздел 2. **Анализ конкурентоспособности ООО «Предприятие».**

Срок выполнения: 16 декабря 2018 г.

Раздел 3. **Рекомендации по повышению конкурентоспособности ООО «Предприятие».**

Срок выполнения: 30 декабря 2018 г.

В заключении - краткое изложение основных результатов работы и их оценка, выводы по проделанной работе, предложения по использованию полученных результатов, включая их внедрение.

Срок выполнения: 12 января 2019 г.

Объем выпускной квалификационной работы 50 - 60 страниц компьютерного набора.

Перечень прилагаемого материала: Иллюстрированный материал и слайды по обзору литературы (актуальность исследования), по методологии исследования (логика, методы, алгоритмы), необходимые таблицы, графики и диаграммы с результатами исследования и выводами по ним, с рекомендациями и предложениями, с оценкой ожидаемого или уже достигнутого экономического эффекта.

Основные рекомендованные источники:

1. Нормативно-правовые акты, публикации периодической печати.
2. Учебная и научная литература по менеджменту торговой организации, финансовому менеджменту, стратегическому менеджменту, теории организации, социологии, психологии, управлению человеческими ресурсами, разработке управленческих решений и др.
3. Учредительные и организационные документы предприятия, бухгалтерская отчетность, данные проведения инвентаризации предприятия и т.п.
4. Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы.

Руководитель

Доцент кафедры менеджмента и права
кандидат экономических наук, доцент
Иванов Семен Викторович

(подпись)

Задание принял к исполнению

Петров Сергей Павлович

(подпись)

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»
ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

АННОТАЦИЯ

выпускной квалификационной работы

Кашевой Елены Вадимовны

на тему «Конкурентоспособность торговой организации: оценка и направления повышения»

Выпускная квалификационная работа связана с проблемой конкурентной борьбы современных торговых предприятий. Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что только высоко конкурентоспособное предприятие может занимать основные позиции на рынке и получать запланированный уровень прибыли.

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе является торговое предприятие ООО «Бонифаций», осуществляющее реализацию товаров для животных.

Предметом исследования является конкурентоспособность торгового предприятия ООО «Бонифаций».

Цель исследования выпускной квалификационной работы заключается в разработке рекомендаций по повышению конкурентоспособности ООО «Бонифаций».

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех разделов, заключения и списка использованных источников.

В первом разделе представлен обзор авторов, определяющих понятие конкурентоспособности, рассмотрены конкурентные отношения в целом. В разделе раскрыт порядок управления конкурентоспособностью и мероприятия по повышению уровня конкурентоспособности предприятия.

Второй раздел включает организационно-экономическую характеристику предприятия. В разделе проведен расчет и дана оценка финансовых и экономических показателей ООО «Бонифаций». Представлена детальная оценка уровня конкурентоспособности ООО «Бонифаций» в сравнении с основными конкурентами.

В третьем разделе представлены основные направления и мероприятия программы повышения конкурентоспособности ООО «Бонифаций», определена экономическая эффективность предложенных мероприятий.

В заключении сделаны основные выводы по выпускной квалификационной работе.

Объем выпускной квалификационной работы составляет 70 страниц. Иллюстративный материал включает 12 рисунков, 28 таблиц, 7 приложений. Список использованных источников представлен 40 наименованиями.

Автор ВКР _____ Е.В. Кашева

ABSTRACT

**final qualifying work
Kashevoj Elena Vadimovna**

on the topic of «Competitiveness trade organization: evaluation and the direction of increase»

Final qualifying work related to the competitive struggle of modern trade enterprises. The relevance of the chosen topic due to the fact that only highly competitive the company can occupy the main position in the market and to achieve the targeted level of profit.

The object of study in the final qualifying work is the trading company of "Boniface", engaged in the sale of goods for animals.

The research is competitiveness of trading enterprises LLC "Boniface".

The purpose of the study the final qualifying work is to develop recommendations for improving the competitiveness of LLC "Boniface".

Final qualifying work consists of introduction, three chapters, conclusion and list of sources used.

The first section presents an overview of the authors, defining the concept of competitiveness, there are competitive relationships in General. The Chapter revealed the order management competitiveness and measures to increase the level of competitiveness of the enterprise.

The second section includes organizational and economic characteristics of the enterprise. In Chapter the calculation and evaluation of financial and economic performance of OOO "Boniface". Presents a detailed evaluation of the level of competitiveness of LLC "Boniface" in comparison with the main competitors.

The third section presents the main directions and events of the program of increase of competitiveness of LLC "Boniface", defined economic efficiency of proposed activities.

In conclusion the main conclusions of the final qualifying work.

Volume of the qualification work is 70 pages. Illustrative material includes 12 figures, 28 tables, 7 appendices. The list of references presented 40 names.

Author WRC _____ E. V. Kaseva

АКТ ВНЕДРЕНИЯ (образец оформления)

УТВЕРЖДАЮ:

_____/_____/_____

М. П.

АКТ внедрения выпускной квалификационной работы

г. Пермь

«_____» _____ 201_ г.

Основание: Заявка № _____ от «_____» _____ 201_ г. (далее – «Заявка»).

Комиссия в составе:

председателя _____

членов:

- _____

и

- _____

провела проверку реализации следующей выпускной квалификационной работы (научно-исследовательской продукции):

- тема:

- исполнитель: _____;

- научный руководитель: _____;

Комиссия установила:

1. Научно-техническая продукция использована в хозяйственной деятельности _____

в

полном объеме и соответствует требованиям Заявки.

2. Работу исполнителя считать внедренной.

Председатель комиссии _____/_____/_____

Члены комиссии _____/_____/_____

_____/_____/_____
_____/_____/_____
_____/_____/_____

(наименование (Ф.И.О.) и место
нахождения (жительства) заявителя)

Директору Пермского института
(филиала) Федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова»

Гордеевой Елене Валентиновне

ЗАЯВКА № _____

г. Пермь

«_____» _____ 201_ г.

Прошу выполнить на нашем предприятии научно-исследовательские работы:

- тема:

_____;

- исполнитель:

_____;

- научный руководитель:

передать результат этих работ (научно-техническую продукцию) для использования в хозяйственной деятельности
нашего предприятия.

и

_____/_____/_____

М. П.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ООО «Вымпел»

подпись А.В. Стрелков

М. П.

**АКТ
внедрения выпускной квалификационной работы**

г. Пермь

«_____» _____ мая 2019 г.

Основание: Заявка № б/н от «_____» декабря 2018 г. (далее – «Заявка»).

Комиссия в составе:

председателя начальник отдела сбыта Петров Пётр Петрович

членов:

- главный бухгалтер Семенова Анна Вадимовна

- маркетолог Иваниова Елена Михайловна

провела проверку реализации следующей выпускной квалификационной работы (научно-исследовательской продукции):

- тема:

Конкурентоспособность торговой организации (на примере ООО «Предприятие»)

- исполнитель:

студент группы МН-41 Иванов Иван Иванович

- научный руководитель:

доцент кафедры менеджмента и права Грабский Владимир Васильевич

Комиссия установила:

1. Научно-техническая продукция использована в хозяйственной деятельности ООО «Предприятие» в полном объеме и соответствует требованиям Заявки.
2. Работу исполнителя считать внедренной.

Председатель комиссии

подпись П.П.Петров

Члены комиссии

подпись А.В.Семёнова

подпись Е.М.Иваниова

ООО «Предприятие»

(наименование (Ф.И.О.) и место

нахождения (жительства) заявителя)

г. Пермь, ул. Сибирская, 36

Директору Пермского института
(филиала) Федерального
государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего
профессионального образования
«Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова»

Гордеевой Елене Валентиновне

ЗАЯВКА № б/н

г. Пермь

« » декабря 2018 г.

Прошу выполнить на нашем предприятии научно-исследовательские работы:

- тема:

Конкурентоспособность торговой организации (на примере ООО «Предприятие»)

- исполнитель:

студент группы МН-41 Иванов Иван Иванович

- научный руководитель:

доцент кафедры менеджмента и права Грабский Владимир Васильевич

передать результат этих работ (научно-техническую продукцию) для использования в хозяйственной деятельности нашего предприятия.

Директор ООО «Предприятие»

подпись А.В. Стрелков

М. П.