



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета туризма и
гостеприимства
Сахарчук Е.С.



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

основной образовательной программы высшего образования – программы
академического бакалавриата

по направлению подготовки: 43.03.02 Туризм

Квалификация: *бакалавр*

Разработчики:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
<i>Декан факультета туризма и гостеприимства</i> <i>Профессор кафедры бизнес-технологий в туризме и гостеприимстве</i>		<i>Канд.пед.наук, доцент</i> <i>Сахарчук Е.С.</i> <i>Доктор геогр.наук, профессор</i> <i>Афанасьев О.Е.</i>

Программа государственной итоговой аттестации рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
<i>Заведующий кафедрой бизнес-технологий в туризме и гостеприимстве</i>		<i>Доктор пед.наук, профессор</i> <i>Лагусев Ю.М.</i>

Программа государственной итоговой аттестации согласована и одобрена руководителем ООП:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
<i>Декан факультета туризма и гостеприимства</i>		<i>Канд.пед.наук, доцент</i> <i>Сахарчук Е.С.</i>

Программа государственной итоговой аттестации согласована и одобрена представителем от работодателей:

организация, должность	подпись	ФИО
<i>Генеральный директор ООО «Туркультура»</i>		<i>Степанов А.Н.</i>
<i>Генеральный директор «ТК Вояж»</i>		<i>Токарев М.В.</i>



Содержание

1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы.....	3
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.....	7
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения основной образовательной программы.....	10
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.....	27



1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Содержание компетенции		
		знания	умения	навыки
1	ОК-2	<ul style="list-style-type: none">- предмет, метод, структуру экономической науки;- роль и место предпринимательства в экономике;- содержание и методология предпринимательской деятельности;- основные понятия и категории, законы и закономерности функционирования экономики;- механизм функционирования рыночной экономики;- основы деятельности предприятий туристической индустрии в условиях рыночных отношений	<ul style="list-style-type: none">- применять знания понятийного аппарата и основных законов и закономерностей развития экономики в профессиональной деятельности;- применять методы и средства познания для повышения уровня профессиональной компетентности	<ul style="list-style-type: none">- современными методами сбора, обработки и анализа показателей экономической деятельности в различных сферах деятельности
2	ОК-3	<ul style="list-style-type: none">- предмет, метод, структуру экономической науки;- роль и место предпринимательства в экономике;- содержание и методология предпринимательской деятельности;- основные понятия и категории, законы и закономерности функционирования экономики;- механизм функционирования рыночной экономики;- основы деятельности предприятий туристической индустрии в условиях рыночных отношений	<ul style="list-style-type: none">- применять знания понятийного аппарата и основных законов и закономерностей развития экономики в профессиональной деятельности;- применять методы и средства познания для повышения уровня профессиональной компетентности	<ul style="list-style-type: none">- современными методами сбора, обработки и анализа показателей экономической деятельности в различных сферах деятельности
3	ОК-4	<ul style="list-style-type: none">правила и законы делового общения; стратегии и тактики речевого общения,	<ul style="list-style-type: none">эффективно использовать речевые тактики;	<ul style="list-style-type: none">профессиональной речью/навыками квалифицированного

		<p>стратегии управления конфликтами, принципы командной работы; характерные особенности национального делового общения представителей разных культур;</p>	<p>убеждать собеседника и достигать намеченной коммуникативной цели; -системно анализировать конфликтную ситуацию - Снять эмоциональное напряжение с себя и собеседника -принимать и выполнять командные роли в полной мере учитывать личность партнера по общению или слушающую аудиторию; сравнивать родную культуру с другими культурами, распознавать и преодолевать стереотипы</p>	<p>устного выступления и диалогической речи делового характера; навыками классификации различных типов культур; навыками управления стрессом, снятия эмоционального напряжения с собеседника, навыком целеполагания. Отличать факт от своего отношения к нему (критическое мышление)</p>
4	ОК-5	<p>способы совершенствования навыков основных видов речевой деятельности;</p> <p>-концепции управления стрессом -концепции управления временем -правила целеполагания</p>	<p>Использовать знания коммуникативных технологий и техник в профессиональной деятельности; использовать современные технические средства и информационные технологии в коммуникации; собрать и интерпретировать информацию, необходимую для достижения коммуникативных целей, в т.ч. переговоров с иностранными партнерами, управления конфликтом; работать с системой целей -отличать факт от отношения к нему -интегрировать знания, формулировать суждения на основе</p>	<p>Современными техническими средствами и информационными технологиями, необходимыми в коммуникации; -навыками целеполагания -навыками планирования -Навыками эмоциональной саморегуляции -навыками волевой саморегуляции -навыками критического мышления</p>



			неполной или ограниченной информации -умеет учиться самостоятельно и автономно	
5	ОК-6	нормы этики и речевого этикета; правила и нормы речевого воздействия и психологического восприятия в речевом общении; Принципы клиент-ориентированной коммуникации, потребности потребителей туристских услуг, типологию потребителей туристских услуг	использовать правила и нормы речевого воздействия и психологического восприятия в речевом общении для достижения намеченной коммуникативной цели; эффективно использовать речевые тактики, в том числе убеждения и побуждения, в деловых переговорах, беседах, в том числе с иностранными партнерами; публичном монологическом выступлении, уметь нейтрализовать речевую агрессию, используя соответствующие речевые тактики; Устанавливать контакт, Собирать информацию о потребностях клиента, Проводить презентацию продукта /услуги, Работать с сопротивлением и возражениями клиента.	вербальными и невербальными средствами коммуникации в профессиональной деятельности; Навыками профессионального коммуникатора: целенаправленностью, наблюдательностью, гибкостью восприятия и поведения, конгруэнтностью, эмпатией, принятием, активным слушанием, Навыками оказания поддержки
6	ОПК-1	требования информационной безопасности и средства ее обеспечения в информационно-коммуникационных технологиях, содержание стандартных задач профессиональной деятельности и подходы к их решению	готовить документы, формировать коммуникации высокой информационной и библиографической культуры при соблюдении требований информационной безопасности	формировать информационное обеспечение своей профессиональной деятельности и работ по решению стандартных задач в рамках информационно-коммуникационных технологий при соблюдении правил информационной и библиографической культуры и требований



				информацион-ной безопасности
7	ОПК-2	Системы и программные продукты для проведения прикладных автоматизированных методов исследовательской деятельности	Уметь производить рациональный выбор автоматизированных способов и программ для исследований процессов в индустрии туризма	Владеть навыками и умениями применения автоматизированных систем в обработке данных исследования туристско-рекреационного проектирования
8	ПК-1	Термины, определения, критерии, факторы и понятия о методах туристско-рекреационного проектирования	Уметь грамотно применять основные сведения о методах туристско-рекреационном проектировании с использованием знаний математики и информатики	Навыками обработки и представления основных сведений о методах туристско-рекреационном проектировании с использованием знаний математики и информатики
9	ПК-2	Демонстрировать знание и понимание содержания научных, научно-справочных, статистических данных по проблематике проектирования отдельных видов туров	Собирать, анализировать и интерпретировать данные по вопросам, связанным с разработкой тематических и комплексных туристских продуктов и услуг	Владеть навыками самостоятельного поиска источников дополнительных знаний и умений по вопросам, связанным с проектированием отдельных видов туров
10	ПК-3	Теоретические и методические основы дисциплины, особенности оценки природных, общественных и пространственных ресурсов и условий, способы организации ресурсов и условий туристско-рекреационной деятельности, основы сохранения ресурсов и условий, окружающей среды	Пользоваться теоретическим и методологическим аппаратом дисциплины, оценивать, нормировать и управлять ресурсами и условиями для организации туристско-рекреационной деятельности, проектировать туристско-рекреационную деятельность	Навыками оценки, формирования продукта, использования информационных технологий, регулирования нагрузок на инфраструктуру и ландшафты
11	ПК-5	Теоретические и методические основы дисциплины, особенности оценки природных, общественных и пространственных ресурсов и условий, способы организации ресурсов и условий туристско-рекреационной деятельности	Пользоваться методологическим аппаратом дисциплины, оценивать, нормировать и управлять ресурсами и условиями для организации туристско-рекреационной деятельности, проектировать туристско-рекреационную деятельность	Навыками оценки, формирования продукта, использования информационных технологий

12	ПК-6	Теоретические и методические основы дисциплины, особенности оценки природных, общественных и пространственных ресурсов и условий, способы организации ресурсов и условий туристско-рекреационной деятельности, основы сохранения ресурсов и условий, окружающей среды	Пользоваться теоретическим и методологическим аппаратом дисциплины, оценивать, нормировать и управлять ресурсами и условиями для организации туристско-рекреационной деятельности, проектировать туристско-рекреационную деятельность	Навыками оценки, формирования продукта, использования информационных технологий, регулирования нагрузок на инфраструктуру и ландшафты
13	ПК-7	Демонстрировать знания теоретических и прикладных методов исследовательской деятельности в туризме. Знать перспективные направления, формы и тенденции развития туристского природопользования	Собирать, группировать и обобщать информацию, производить ее оценку, делать выводы относительно механизмов туристского природопользования	Владеть навыками проектирования механизмов туристского природопользования, их использования в конкретных проектах
14	ПК-8	Демонстрировать знание и понимание вопросов, связанных с анализом и применением моделей устойчивого развития в проектировании государственных программ развития туризма	Быть готовым к внедрению инновационных технологий и моделей устойчивого развития в проектировании государственных программ развития туризма	Владеть навыками самостоятельного поиска источников дополнительных знаний и умений по вопросам, связанным с применением моделей устойчивого развития в проектировании государственных программ развития туризма
15	ПК-9	Демонстрировать знание и понимание вопросов, связанных с применением управленческих решений в планировании развития туризма	Быть готовым к внедрению инновационных технологий и новых форм принятия решений и планирования развития туризма	Владеть навыками самостоятельной оценки эффективности управленческих решений в планировании развития туризма

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ пп	Индекс компетенции	Содержание компетенции	Показатель оценивания компетенции	Критерий оценивания	Шкала оценивания
1	ОК-2	Способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
2	ОК-3	Способность к	знает/не знает	уровень	пятибалльная



		коммуникациям в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия		умений/владения, уровень и глубина знаний	
3	ОК-4	Способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
4	ОК-5	Способность к самоорганизации и самообразованию	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
5	ОК-6	Способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права, обеспечивающего равные права и равные возможности для их реализации мужчинами и женщинами	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
6	ОПК-1	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
7	ОПК-2	Способность к разработке туристского продукта	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
8	ПК-2	Владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная



		туризме			
9	ПК-2	Способность обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
10	ПК-3	Готовность к реализации проектов в туристской индустрии	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
11	ПК-5	Способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
12	ПК-6	способность находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
13	ПК-7	Способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
14	ПК-8	Готовность к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
15	ПК-9	Готовность к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная

Оценка "отлично" - глубокие исчерпывающие знания всего программного материала понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, твердое знание основных положений смежных дисциплин: логически последовательные, содержательные, полные правильные и конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета; использование в необходимой мере в ответах на вопросы материалов всей рекомендуемой литературы.



Оценка "хорошо" - твердые и достаточно полные знания всего программной материала, правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам.

Оценка "удовлетворительно" - твердое знание и понимание основных вопросов программы; правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы при устранении неточностей и несущественных ошибок в освещении отдельных положений; при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно.

Оценка "неудовлетворительно" - неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов, грубые ошибки в ответе, непонимание сущности излагаемых вопросов; неуверенны и неточные ответы на дополнительные вопросы.

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения основной образовательной программы.

3.1 Вопросы к государственному экзамену

1. Понятие этики как науки и явления духовной культуры, нормативные образцы личности, понятие профессиональной этики, этика сферы предпринимательства, туристской индустрии, этика партнерских отношений, этика работника туристской индустрии.
2. Этикет как социальное явление, история мирового этикета, задачи этикета: соединение сфер взаимоотношений людей в обществе, правовой и нравственный аспект, требования современного этикета, этикет делового человека, культура одежды делового человека, имидж, поведение в общественных местах.
3. Основные культурно-исторические и туристские центры в контексте мирового культурного наследия.
4. Этнографические памятники и другие особенности этнической культуры разных народов.
5. Значение туризма в жизни общества. Организационные основы туризма. Основные понятия туристской индустрии и классификации. Понятие туристского продукта, его разработка и потребительские свойства. Индустрия туризма. Услуги туристской индустрии, их значение в формировании туристского продукта.
6. Международный рынок туризма. Характеристика международного туристского рынка. Международные организации туристской индустрии, мероприятия. Компании и корпорации. Агентско-операторская деятельность на международном рынке туризма.
7. Рынок туризма в России. Структура рынка туризма. Структура управления туризмом в России. Современное состояние туризма в России. Динамика российского туризма. Приоритетные направления развития туризма.
8. Туристский продукт и его конкурентоспособность. Анализ обновления туристского продукта и его качества. Эффективность реализации туристского продукта для предприятия туристской индустрии. Формирование и анализ объема продаж. Обоснование формирования и оценка эффективности ассортиментных программ туристской индустрии.
9. Содержание современной туристской политики. Основные положения Концепции развития туризма до 2020-го года.
10. Экономические условия осуществления предпринимательской деятельности в туризме. Внешняя и внутренняя среда предприятия. Объединения и ассоциации



- предприятий туристской индустрии, их задачи. Организационные и государственно-правовые формы предпринимательской деятельности в сфере туризма, малые предприятия. Концепции предпринимательской деятельности: «Выживание», «Максимизация прибыли», «Максимизация стоимости фирмы».
11. Оценка основных средств, физический и моральный износ, амортизация основных средств. Показатели использования основных средств.
 12. Оборотные средства предприятия как условия осуществления предпринимательской деятельности, особенности их воспроизводства, их влияние на эффективность работы предприятия.
 13. Персонал предприятия – как условие осуществления предпринимательской деятельности и как фактор повышения конкурентоспособности предприятий в туризме. Вертикальная и горизонтальная структура персонала на предприятиях туристской индустрии. «Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии». Формы и методы оплаты труда. Мотивация труда и ее значение на предприятиях туризма.
 14. Понятие затрат и себестоимости услуг. Общие принципы формирования себестоимости. Элементы себестоимости. Формирование себестоимости на предприятиях туристской индустрии: методика формирования и расчета себестоимости, статьи затрат (бизнес-план).
 15. Ценообразование на предприятиях туристской индустрии, виды и система цен, дифференциация цен. Методы ценообразования. Корпоративная ценовая политика.
 16. Формирование финансовых результатов предприятий туристской индустрии. Выручка, прибыль, формирование и распределение прибыли. Основные виды налогов.
 17. Банкротство и санация предприятий. Понятие и признаки банкротства. Факторы и процедура банкротства. Понятие прогнозирования и ответственность при банкротстве.
 18. Основы менеджмента; понятия, сущность и функции менеджмента туризма, опыт менеджмента за рубежом, возможность его использования в России. Специфика менеджмента туризма: цели и задачи управления предприятием, организация работы по управлению предприятием, система коммуникаций, стратегическое и текущее планирование, методы принятия решений, внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере туризма, основы производственного менеджмента, создание системы мотивации труда, организация контроля за деятельностью подчиненных, самоменеджмент, риск-менеджмент, этика делового общения; управление конфликтами; психология менеджмента; внешние связи и возможности менеджмента, налаживание взаимовыгодного сотрудничества.
 19. Маркетинг туризма: как инструмент развития туристской индустрии в условиях рыночной экономики: понятие сущности маркетинга, маркетинговая стратегия, система маркетинга, ее особенности исследования рынка туристской индустрии, политика цен, теория продаж и продвижения турпродукта, маркетинг-микс и маркетинговый контроль, организация и деятельность маркетинговой службы предприятия туристской индустрии, маркетинговая коммуникация, международный маркетинг, внешнеэкономический маркетинг – особая составная часть маркетинга туризма, специфика международного маркетинга в России. Контролинг в системе маркетинга.
 20. Классификация услуг сферы обслуживания. Услуга - как сочетание процессов производства (выполнения) услуги и обслуживания конкретного потребителя (заказчика, клиента).



21. Значение процесса обслуживания в удовлетворении потребностей индивида в услугах; основные составляющие процесса обслуживания; требования к услугам и обслуживанию. Основные направления улучшения обслуживания; организация обслуживания на основе маркетинговых исследований рынка услуг. Формы и виды обслуживания клиентов на предприятиях туристской индустрии. Пути увеличения объёма и повышения качества услуг.
22. Основные понятия о транспортных системах; виды транспорта и сферы его применения; роль транспортных процессов в туризме. Виды транспортных средств; характеристика и состав транспортного комплекса; формы взаимодействия различных видов транспорта; организация и управление транспортными процессами; перспективы развития транспортного комплекса. Структура и функции служб организации перевозок; правила перевозок; международные соглашения перевозок в туризме; государственное регулирование транспортной деятельности.
23. Особенности обслуживания на транспорте с учетом индивидуальных потребностей клиентов. Чартерные пассажирские перевозки. Транспортное обслуживание клиентов. Особенности организации перевозок туристов авиационным, железнодорожным, автомобильным, водным транспортом. Основы безопасности туристов при перевозках различными видами транспорта. Надежность и безопасность транспортных средств. Автоматизированные системы сервиса на транспорте.
24. Хозяйственное товарищество, хозяйственное общество, коммерческая организация с иностранными инвестициями, государственное и муниципальное унитарное предприятие, объединения юридических лиц и т.п. Индивидуальный предприниматель без образования юридического лица. Государственная регистрация предприятий (учреждений) туристской индустрии: туристских фирм, гостиниц и т.п., индивидуальных предпринимателей.
25. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» - стержень правовой системы сферы туризма. Структура закона. Законы о туризме субъектов Российской Федерации. Другие федеральные и региональные законы, регламентирующие деятельность предприятий (учреждений) туристской индустрии. Положение о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения. Нормативные правовые акты о предоставлении гостиничных услуг, услуг общественного питания, транспортных услуг и т.п. Законодательная защита прав потребителей услуг туристской индустрии. Защита законных прав и интересов предприятий (учреждений) туристской индустрии. Основные положения ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма до 2018г.»
26. Роль и значение Всемирной туристской организации в развитии международного туризма. Статус иностранного туриста в международном праве. Основные акты международных организаций и сообществ в области туризма, принятые во второй половине XX века и начале XXI века. Акты Международной ассамблеи государств – участников СНГ, межправительственные соглашения, двусторонние акты государств – участников СНГ в области туризма.
27. Федеральный орган исполнительной власти в туризме, его задачи и функции. Региональные органы исполнительной власти в сфере туризма, их задачи и функции. Компетенция органов местного самоуправления в сфере туризма.
28. Понятие рекламы. История рекламы и современное состояние. Цели и общие требования к рекламе в туризме. Функции рекламы. Рекламный процесс, его

- принципиальная схема, участники, составляющие их взаимодействие. Реклама и общество. Связь рекламы со смежными понятиями: агитация, популяризация, воспитание, привитие хорошего вкуса и т.п. Методы продвижения туристского продукта. Особенности продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках. Классификация видов рекламы в туризме. Реклама туристских дестинаций.
29. Психология потребительской мотивации поведения покупателей, первичные и вторичные потребительские мотивы. Модель потребительского поведения при покупке туристского продукта и услуг, влияние рекламных стимулов. Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение при приобретении продуктов и услуг туризма. Средства распространения рекламы в туризме и их особенности. Выбор средств распространения рекламы. Техника распространения рекламных материалов.
30. Основные типы товарных знаков. Законодательство о товарных знаках. Использование франчайзинга в туризме. Понятие фирменного стиля, его особенности в туризме. Имидж туристского предприятия.
31. Рекламное обращение: виды, формы, одержание, структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление. Выразительные средства рекламы. Средства и приемы рекламного стиля, речи. Рекламные жанры. Методика работы над рекламным сообщением. Текст печатной рекламы, требования к рекламным текстам, основные композиционные элементы рекламного текста. Принципы дизайна печатной рекламы, стили и разработка макетов, шрифтовое и художественное оформление. Особенности создания текстов для радио и телевизионной рекламы. Основные инструменты для передачи радиорекламы: голос, музыка, звуковые эффекты. Особенности визуальной телерекламы.
32. Общая характеристика правового регулирования рекламы. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность в туризме. Федеральный закон «О рекламе». Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.
33. Стандартизация в организациях туристской индустрии: организация работ, объекты стандартизации, стандарт организации, его применение, порядок разработки. Структура фонда законодательных актов, нормативных и технических документов, содержащих требования к услугам и продукции в туристской индустрии. Стандартизация в туристской индустрии зарубежных стран.
34. Технические регламенты в обеспечении безопасности продукции и услуг туристской индустрии. Государственный контроль (надзор) за соблюдением требований технических регламентов и последствия выявленных нарушений.
35. Цели, задачи, становление и развитие работ по сертификации и подтверждению соответствия; требования ВТО в области оценки соответствия, место сертификации в области оценки соответствия; формы подтверждения соответствия; объекты сертификации; нормативно-правовое и методическое обеспечение работ по подтверждению соответствия. Схема взаимодействия участников системы сертификации и их функции. Отличие обязательных и добровольных систем сертификации. Порядок сертификации услуг. Схемы сертификации. Системы сертификации в туристской индустрии. Аттестация средств размещения. Сертификация продукции, персонала и других объектов. Аккредитация и взаимное признание сертификации.
36. Сертификации и аккредитации. Международные, региональные и другие организации по стандартизации, сертификации и аккредитации. Деятельность



- Европейского Союза в области стандартизации, ИСО. Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации СНГ, соглашение о проведении согласованной политики. Информационное обеспечение работ по техническому регулированию.
37. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности. Основы физиологии труда и обеспечения комфортных условий жизнедеятельности. Влияние негативных факторов на безопасность жизнедеятельности человека в среде его обитания и защита от них.
 38. Нарушение экологического равновесия. Чрезвычайные ситуации экологического характера и мероприятия по снижению возможных последствий от них. Чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера. Мероприятия по снижению возможных последствий от них. Мероприятия по защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций. Устойчивость функционирования объектов в чрезвычайных ситуациях.
 39. Организация управления безопасностью жизнедеятельности в Российской Федерации. Правовые и нормативно-технические основы обеспечения безопасности жизнедеятельности.
 40. Обеспечение охраны труда и производственной безопасности в туризме. Вопросы социальной безопасности в туризме. Международный туризм и безопасность. Безопасность при авариях транспортных средств и других чрезвычайных ситуациях. Основы вынужденного автономного существования в условиях природной среды. Основы медицинских знаний. Первая медицинская помощь и ее задачи. Экстренная реанимационная помощь. Транспортировка пострадавших.
 41. Анализ обновления туристского продукта и его качества. Эффективность реализации туристского продукта. Формирование и анализ объема продаж. Обоснование формирования и оценка эффективности ассортиментных программ туристской индустрии. Анализ затрат на производство и реализацию туристского продукта. Анализ распределения прибыли предприятия туристской индустрии. Анализ рентабельности предприятий туризма. Анализ факторов, влияющих на цену туристского продукта. Анализ структуры цены на туристский продукт. Анализ источников финансирования предприятий туризма. Специфика налогообложения предприятий туризма.
 42. Понятия и определения статистики туризма; посетители и поездки, их статистические характеристики; рекомендации международных организаций по классификациям в туристской индустрии.
 43. Классификации туристского спроса: классификации туристских поездок; туристские расходы и их классификации, характерные туристские товары и услуги. Классификации предложения в туризме: характерные туристские виды деятельности. Стандартная международная классификация видов деятельности в области туризма (СИСТА). Внутренний и международный туризм.
 44. Проектирование туров. Поставщики услуг. Объекты размещения. Транспортные компании. Экскурсионные и трансферные организации. Документация туристской фирмы. Документы туристов. Договор с клиентом – как основной документ туристской фирмы. Характеристика рынка выездного туризма. Организация и работа представительств туристских компаний за рубежом. Характеристика основных международных въездных потоков. Особенности российского туристского продукта. Виды предлагаемых и реализуемых программ.
 45. Основные параметры и условия, формирующие образ территорий, привлекательный для организации въездного туризма (безопасность, уровень



- сервиса, насыщенность туристскими объектами, состояние объектов, состояние инфраструктуры). Имидж территории. Особенности проектирования туров с учетом социально психологических особенностей иностранных туристов. Российские национальные праздники как основа анимационных программ в экскурсионном и других видах въездного туризма.
46. Виды туристских организаций и их роль в унификации туристских формальностей. Понятие и содержание туристских формальностей: основополагающие документы. Паспортные формальности. Визовые формальности. Таможенные формальности. Медицинские формальности. Основы страхования в туризме. Порядок ввоза и вывоза фауны и флоры. Порядок ввоза и вывоза культурных ценностей на территорию и с территории РФ.
 47. Памятники природы Всемирного наследия ЮНЕСКО, их значение в индустрии туризма. Природные (ландшафтные, биологические и водные) ресурсы, их роль в индустрии туризма. Значение археологических и этнографических ресурсов в туризме. Собрания древностей и фольклора мира. Основные религии мира. Особенности организации религиозных и паломнических туров. Значение художественных музеев мира в индустрии туризма. Памятники архитектуры и градостроительства античности, ренессанса и барокко, их роль в формировании туристических центров Европы. Культурно-исторические центры, их классификация и роль в разработке туристских маршрутов.
 48. История развития индустрии гостеприимства. Сегментация рынка гостиничных услуг. Концепции, определения и классификации принятые Всемирной туристской организации (ВТО) для статистики туризма. Многообразие систем классификации гостиниц. Критерии классификации. Система классификации гостиниц в России.
 49. Требования к материально-технической базе гостиничных предприятий. Понятие "гостиничная услуга". Характеристика и специфические особенности гостиничных услуг. Номенклатура (перечень) услуг, предоставляемых гостиницами. Основные и дополнительные услуги. Качество предоставляемых услуг. Требования к персоналу гостиницы. Собственные стандарты гостиниц и стиль обслуживания гостей.
 50. Классификации и характеристики гостиниц в различных странах мира. Характеристика и классификация средств размещения в России. Современные тенденции и перспективы развития индустрии гостеприимства. Формы управления гостиницами. Тенденции развития гостиничных цепей. Гостиничные консорциумы. Франчайзинг в индустрии гостеприимства. Малые гостиницы. Формы управления гостиницами. Информационная структура гостиничного предприятия. Информационные потоки в гостиничном предприятии. Способы внедрения информационных технологий в гостиничных предприятиях. Классификация информационных систем. Программные продукты общего назначения: финансового учета и анализа; специализированные зарубежные и отечественные. Использование глобальной сети Интернет в информационном менеджменте гостиничного предприятия.
 51. Технологический цикл обслуживания гостя. Организационная структура гостиничных предприятий различного типа. Характеристика отдельных служб гостиничных предприятий: место и роль службы в структуре гостиничных предприятий, взаимосвязь с другими службами, технологические процессы, организация рабочих мест, их оснащение. Профессиональная терминология. Профессиональные требования к работникам отдельных служб. Профессиональная этика. Должностные инструкции.

52. Государственное регулирование деятельности предприятий питания. Правила оказания услуг питания, Закон «О защите прав потребителей», классификация предприятий питания, стандарты к производственному и обслуживающему персоналу, санитарные правила. Формы и методы организации услуг питания. Организация пунктов питания для туристов. Технология оказания услуг питания.
53. Определение понятия экскурсия. История становления. Экскурсия как мастерство. Экскурсия как просветительская деятельность. Экскурсия как воспитание. Классификация экскурсий по разным критериям: по характеру движения, характеру группы, характеру содержания экскурсии, характеру объекта показа. Подготовка к экскурсии. Организация экскурсий, встреча туристов. Определение ключевых позиций программы экскурсии. Техника безопасности во время проведения экскурсий.
54. Портфель экскурсовода. Этапы подготовки экскурсии. Карточки объектов. Получение и сверка необходимых документов. Определение особых потребностей туристской группы и индивидуальных туристов. Методика разработки программы стандартной обзорной экскурсии. Методика разработки программы экскурсии по музею или культурному центру. Методика проведения обзорной экскурсии. Методика проведения экскурсии по музею или культурному центру. Методика проведения экскурсии по специальной программе. Методика проведения специализированной экскурсии. Методика проведения тематических нестандартных экскурсий.
55. Туристский продукт – основные характеристики, состав. Рынок потребителей. Рынок конкурентов. Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс удовлетворения потребностей потребителей и удовлетворения потребностей продавца в стремлении получать прибыль, построенный на реализации товаров и услуг туристской индустрии. Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг. Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов. Создание сетевых торговых структур. Франчайзинг.
56. Способы и особенности влияния на процесс принятия решений о покупке продукта туристской индустрии. Современный опыт применения и использования. Мотивации покупок. Психологические модели потребительских мотиваций. Выбор оптимальной стратегии продаж туристских услуг. Функции участников каналов распределения в технологическом цикле продаж туристских услуг (информационная функция, функции продвижения, ведения переговоров, достижения согласия по ценам, финансирования, оплаты, работы с клиентом, послепродажного сопровождения услуг).
57. Методологические основы мотивации потребителей. Формирование требований потребителей услуг на основе классического маркетинга. Факторы мотивации: внутренние, внешние. Методы и методики изучения мотивации потребителей: классификация, проективные методики, метод фокус-групп, многофакторные модели. Процесс поиска, восприятия, принятия решения, активизации мотива, приобретения выбранного варианта, потребления приобретенного товара.
58. Градация качества. Методы определения показателей качества. Измерение удовлетворенности потребителей качеством услуг. Особенности восприятия качества услуг: туристских, экскурсионных, гостиниц, общественного питания и т.д. Продукция как составная часть услуги туризма. Классификация показателей качества и методы их определения.

59. Концепция всеобщего управления качеством. Роль государства в обеспечения качества услуг туризма и защиты прав потребителей. Принципы менеджмента качества. Планирование качества, обеспечение качества, управление качеством, улучшение качества, контроль качества. Функции и методы менеджмента качества услуг. Инструменты качества, развертывание функций качества; концепция домика качества, метод "Шесть сигм".
60. Основные черты и проблемы развития мирового туризма. Туризм как системный объект изучения. Определения международного туризма. Этапы развития и становления современной системы мирового туризма. Экономическое значение туризма. Структурные изменения рынка международного туризма в условиях глобализации. Роль туризма в мировом хозяйстве и в национальном хозяйстве стран мира. Социокультурное значение туризма. Роль туризма в предотвращении социокультурных и экологических проблем.
61. Характеристика мировых туристских потоков. Территориальная организация международного туризма. Географические факторы в развитии мирового туризма. Понятие «дестинация». Центропериферическая модель мирового туризма. Туристская типология стран мира. География мировых туристских потоков.
62. Экскурсионный туризм (культурно-исторический, природно-экологический). Лечебно-оздоровительный туризм. Религиозный туризм. Экологический туризм. Сельский туризм. Спортивный туризм. Горнолыжный туризм. Круизный туризм. Событийный туризм. Деловой туризм (конгрессно-выставочный и инсетив-туризм). Образовательный туризм. И другие виды туризма.
63. Основные цели и задачи ФЦП «Основные направления развития внутреннего и въездного туризма в РФ» Организация и технологии въездного туризма в РФ. Характеристика актуального состояния рынка въездного туризма в РФ. Основные дестинации российского въездного туризма. Турпродукты въездного туризма (особенности). Примеры турпродуктов въездного туризма. Крупнейшие туроператоры въездного туризма.
64. Туристско-рекреационные районы и зоны в РФ. Эффективные технологии внутреннего туризма (на основе ресурсов РФ для культурно-познавательного туризма). Эффективные технологии внутреннего туризма (на основе ресурсов РФ для рекреационного туризма). Крупнейшие туроператоры внутреннего туризма.
65. Тенденции и статистика основных направлений выездного туризма в РФ. Крупнейшие туроператоры выездного туризма. Эффективные технологии выездного туризма (страны Средиземноморского бассейна, Западной и Восточной Европы, Латинской Америки, Африки, Юго-Восточной Африки, США и т.д.).
66. Россия на мировом рынке туризма. История развития туризма в России и современное состояние туристского рынка. Виды туризма наиболее развитые в России. Важнейшие туристские регионы и центры в России

3.2. Выпускная квалификационная работа

3.1.1. Перечень тем для выпускной квалификационной работы

1. Анализ инноваций в индустрии туризма: информационный аспект.
2. Анализ инноваций в индустрии туризма: организационно-технологический аспект.
3. Анализ конкурентной среды рынка услуг внутреннего туризма (на примере одного из регионов РФ, муниципального образования РФ).



4. Анализ мировых практик функционирования туристских информационных центров и обоснование оптимальной модели работы подобного предприятия для региона (муниципального образования) РФ.
5. Анализ опыта дизайнерских групп в разработке туристского маркетинга мест (на примере туристской дестинации/туристских дестинаций).
6. Анализ перспектив развития вида туризма (указать конкретный вид) в пределах административного образования Московской области (другого региона РФ).
7. Анализ перспектив развития инновационных систем бронирования туристического продукта на примере динамического пакетирования.
8. Анализ ресурсного обеспечения видов туризма (на примере конкретного вида туризма в субъекте/муниципальном образовании РФ).
9. Выявление потенциального спроса потребителей российского рынка на туристские путешествия (на примере конкретной туристской дестинации).
10. Изучение опыта создания и функционирования необычных / нестандартных объектов туристской инфраструктуры (отелей, ресторанов и др.).
11. Изучение потребности регионального рынка труда в специалистах сферы туризма и гостеприимства (на примере конкретного рынка труда).
12. Использование технологий web-дизайна для визуализации туристской информации.
13. Использование технологий инфографики для визуализации туристской информации.
14. Исследование когнитивных туристских образов страны (региона, туристской дестинации).
15. Исследование перспектив ребрендинга туристской дестинации (региона), отстающей в темпах туристско-рекреационного развития.
16. Исследование рынка экскурсионно-туристских предложений турфирм города или региона.
17. Исследование системы коллективных средств размещения (или предприятий общественного питания) территории и оценка перспектив ее использования для развития различных видов туризма.
18. Исследование собирательного образа внутреннего туриста – посетителя российского региона (города, туристской дестинации).
19. Исследование собирательного образа российского туриста – посетителя Норвегии (Германии, Франции, Китая, Италии и любой иной страны).
20. Исследование туристского потенциала видовой группы памятников Всемирного наследия ЮНЕСКО.
21. Классификация, сравнительная характеристика, оценка эффективности туристских кластеров РФ (по субъектам, федеральным округам, муниципальным образованиям).
22. Когнитивно-аттрактивные туристские образы стран и регионов мира.
23. Контент-анализ туристского информационного пространства по профильным российским научным периодическим изданиям.
24. Контент-анализ туристского информационного пространства по профильным европейским научным периодическим изданиям.
25. Контент-анализ туристского информационного пространства по профильным американским научным периодическим изданиям.
26. Культурно-историческое туристское пространство как фактор сохранения культурного наследия в регионах РФ.



27. Маркетинг регионов, городов и стран (логотипы, образы, имидж, бренд, перцепция территории).
28. Маркетинговое исследование туристской дестинации (на примере конкретной дестинации туризма в РФ)
29. Народные промыслы Подмосковья: каталогизация, разработка пакетных туристских предложений, справочно-информационной продукции.
30. Обоснование выбора и состава туристских объектов-ресурсов, используемых при формировании и проведении туристских программ (выбранного вида туризма).
31. Определение и каталогизация рекреационных ресурсов Арктических регионов России (других регионов России).
32. Определение состава туристских ресурсов для определения перспектив развития (выбранного) вида туризма.
33. Определение состава экскурсионных туристских ресурсов при формировании событийных, религиозных, этнографических или тематических туров (на примере конкретной туристской дестинации).
34. Организация и анализ опыта функционирования тематических парков в мире (на примере конкретного парка).
35. Организация и анализ проведения туристических выставок в России (на примере конкретной выставки).
36. Оценка рекреационного качества территории регионов РФ и стран СНГ (на примере конкретной территории).
37. Перспективы развития «он-лайн» - туроператоров на Российском рынке туристского предложения (на примере конкретного/конкретных оператора/операторов).
38. Проблемы и перспективы развития электронного туризма в РФ.
39. Проблемы развития въездного туризма в регионах России (на примере конкретной страны-донора либо туристской территории РФ).
40. Проектирование видов и объемов необходимого ресурсного обеспечения развития туризма в регионе (муниципальном образовании) (кадровых, организационных, материально-технических, финансовых др.).
41. Проектирование городского туристского пространства (на примере города РФ).
42. Развитие классических теорий мотивации на примере туристской деятельности.
43. Разработка атласа экскурсионных маршрутов региона РФ (муниципального образования РФ).
44. Разработка виртуального туристского продукта.
45. Разработка и формирование туристского брендбука субъекта, федерального округа, муниципального образования.
46. Разработка комплекса мер по организации экскурсионных и туристских поездок учащихся образовательных учреждений разного уровня и профиля.
47. Разработка контента к проекту «Живая карта России» (по субъектам, федеральным округам РФ).
48. Разработка критериев систематического описания и паспортизации туристских ресурсов и туристских объектов муниципальных образований.
49. Разработка методики балльной оценки туристских дестинаций РФ (на примере конкретной дестинации).
50. Разработка методики категорирования кемпингов для автотуристов в РФ.
51. Разработка методики проведения студенческих туристических выставок как практического обучения для Университетов Туризма (на примере конкретной выставки)

52. Разработка модели оптимального размещения кемпингов для автотуристов (на примере туристской дестинации РФ).
53. Разработка модели потребительских предпочтений автотуристов на примере регионов РФ.
54. Разработка модели туристского кластера на территории.
55. Разработка общероссийской системы навигации и ориентирующей информации для туристов.
56. Разработка предложений по развитию социального туризма в РФ.
57. Разработка программы туристских услуг для людей (детей) с ограниченными физиологическими возможностями (по видам заболеваний).
58. Разработка регионального перцепционного портрета, образа стран туристской территории (РФ).
59. Разработка рекомендаций по изучению достопримечательностей региона (территории) РФ как инструмента формирования позитивного имиджа.
60. Разработка рекомендаций по изучению и учету жалоб и потребительских предпочтений в системе организации обслуживания на предприятиях туризма (на примере конкретного предприятия).
61. Разработка рекомендаций по изучению мотивации и потребительского поведения на предприятиях туризма.
62. Разработка рекомендаций по изучению туристского пространства территории регионального уровня.
63. Разработка рекомендаций по изучению, диагностике и оценке аттрактивности новых туристских ресурсов региона.
64. Разработка рекомендаций по информационному обеспечению городского туризма на основе разработки (внедрения) Программы «Карта Гостя» (на примере региона)
65. Разработка рекомендаций по обеспечению безопасности туристской деятельности в России и регионах.
66. Разработка рекомендаций по оптимизации мер обеспечения безопасности туристов.
67. Разработка рекомендаций по организации (совершенствованию) системы подготовки персонала для проведения крупномасштабных международных мероприятий.
68. Разработка рекомендаций по организации выставок (выставочной деятельности) туристского предприятия.
69. Разработка рекомендаций по применению клиентоориентированного подхода на предприятиях туризма (на примере конкретного предприятия).
70. Разработка рекомендаций по применению технологий медиарилейшенз, событийного маркетинга, электронного маркетинга и т.п. на предприятиях туризма.
71. Разработка рекомендаций по применению электронной коммерции (электронных продаж) в индустрии туризма
72. Разработка рекомендаций по продвижению туристских продуктов посредством коммуникаций в форумах и социальных блогах.
73. Разработка рекомендаций по развитию MICE – индустрии региона (муниципального образования) России.
74. Разработка рекомендаций по развитию индустрии встреч региона (муниципального образования) России.
75. Разработка рекомендаций по развитию системы франчайзинга в индустрии туризма.



76. Разработка рекомендаций по совершенствованию проектирования бизнес-процессов на предприятиях туристской индустрии (на примере конкретного предприятия).
77. Разработка рекомендаций по совершенствованию сельского (или другого вида туризма) туризма в Подмосковье.
78. Разработка рекомендаций по совершенствованию туристских продуктов для посетителей Федерального центра подготовки по зимним видам спорта.
79. Разработка рекомендаций по созданию сервисных зон обслуживания автотуристов в Центральном федеральном округе РФ.
80. Разработка рекомендаций по формированию и применению программ лояльности клиентов на предприятиях туризма (на примере конкретного предприятия/предприятий).
81. Разработка рекомендаций по формированию и развитию маршрутов массового самодеятельного туризма региона (муниципального образования) РФ.
82. Разработка рекомендаций по формированию коммуникативной политики региона, направленной на поиск узнаваемого символа территориального туристского продукта.
83. Разработка рекомендаций по формированию комплексной балльно-рейтинговой системы оценок объектов и/или ресурсов туристского (природного, культурно-исторического, рекреационного, сервисного, событийного, мифологического, научного) пространства России или региона.
84. Разработка рекомендаций по формированию корпоративных программ на предприятиях туризма.
85. Разработка рекомендаций по формированию креативной концепции предприятий туризма.
86. Разработка рекомендаций по формированию программ развития малых музеев в городах России.
87. Разработка рекомендаций по формированию сервисных зон для мототуризма по туристическому маршруту по Смоленской и Тверской областям (или др. территориальных образований РФ).
88. Разработка рекомендаций по формированию системы управления взаимоотношениями с клиентами предприятий туризма (на примере конкретного предприятия туризма).
89. Разработка рекомендаций по формированию стратегии инновационного развития предприятий индустрии туризма.
90. Разработка рекомендаций по формированию устойчивого развития автотуризма в ЦФО РФ (Ярославская, Владимирская или др. области).
91. Разработка социальных программ на предприятиях туризма.
92. Разработка стандартов гостеприимства (атмосферы гостеприимства), направленных на совершенствование качества и безопасности туризма и создание благоприятных условий для развития туристской индустрии в регионе.
93. Разработка тематической карты туристских объектов и ресурсов региона (муниципального образования).
94. Разработка туристического справочника по лечебным турам в России по регионам.
95. Разработка туристского бренда территорий РФ (на примере субъекта РФ)
96. Разработка туристского брендбука для региона (города, муниципального образования, дестинации).



97. Разработка туристского логотипа (бренда) для туристской территории (дестинации, муниципального образования).
98. Разработка туристского маршрута автотуриста в Центральном Федеральном округе РФ (на примере Рязанской, Тамбовской, Липецкой или др. областей).
99. Разработка туристского справочника-путеводителя по территории административного образования Московской области.
100. Разработка турпродукта для туристов, посещающих Республику Крым.
101. Разработка экскурсионных маршрутов отдельных регионов России.
102. Рейтингово-факторная оценка региональных туристских дестинаций России (на примере конкретной дестинации).
103. Рекреационное туристское пространство как фактор развития курортного продукта в России (на примере конкретной туристской дестинации).
104. Репутация туристского предприятия как фактор его эффективного функционирования и развития (на примере конкретного туристского предприятия).
105. Ресурсное обоснование туристских экскурсионных маршрутов, организации туризма в национальных парках, музеях и иных учреждениях.
106. Роль национальной инновационной системы в повышении конкурентоспособности российского туристского продукта.
107. Роль туризма в инновационном развитии регионов РФ.
108. Сакральный (религиозный) туризм в регионах РФ.
109. Скансены как перспективная форма туристской и музейной работы для России и регионов.
110. Событийный (спортивный, фестивальный, музейный и т.п.) туризм в мире.
111. Создание информационной базы данных туристских маршрутов региона (муниципального образования).
112. Составление базы данных международных туристских организаций (учебных, научных общественных).
113. Составление справочника туристских маршрутов по территории административного образования (туристско-рекреационного района) Московской области.
114. Сотрудничество власти и бизнеса в развитии делового, сельского, гастрономического, событийного и иных видов туризма.
115. Социологическое исследование туристского образа страны (региона, города, дестинации).
116. Социологическое исследование туристского перцепционного портрета территории (региона, страны, группы стран и т.п.).
117. Сравнительный анализ программ развития турдестинаций: мировой опыт.
118. Тематические парки в туризме и перспективы их организации в Центральной России.
119. Технологии и практики туристского регионального дизайна.
120. Типизация и разработка классификаторов платных услуг в сфере туризма.
121. Туристские информационные системы как новая модель туристского бизнеса.
122. Туристские ресурсы и сфера гостеприимства в Крымском федеральном округе.
123. Туристско-рекреационные ресурсы отдельных районов и регионов мира.
124. Формирование программ развития туризма в малых городах России.
125. Формирование стратегии развития туристского предприятия.



126. Функциональное зонирование действующих и перспективных туристско-рекреационных территорий – национальных парков, историко-культурных заповедников, региональных парков и т.п.
127. Характеристика состояния и тенденций развития отдельных видов туризма по регионам РФ.
128. Экономико-территориальный анализ развития тематических парков в мире и перспектив их развития в России.

Тематика ВКР по заказу предприятий (по договору)

1. Определение потенциальной целевой аудитории клиентов для специализированного туристского предприятия (турагента, туроператора).
2. Определение роли туристского агентства в продаже туруслуг клиенту в линейке В2С.
3. Проект дополнительных туристских услуг для гостей коллективного средства размещения.
4. Проект мероприятий по (созданию) совершенствованию web-сайта туристского предприятия.
5. Проект мероприятий по брендингу (ребрендингу) туристского предприятия.
6. Проект мероприятий по организации связей с общественностью на турпредприятии.
7. Проект мероприятий по развитию (совершенствованию) программ лечебно-оздоровительного (медицинского) туризма на предприятии.
8. Проект мероприятий по развитию (совершенствованию) программ тематического (событийного, религиозного, этнического, делового, образовательного, экологического, сельского, круизного и др.) туризма на предприятии.
9. Проект мероприятий по развитию культурно-познавательного туризма в городе.
10. Проект мероприятий по разработке (развитию, совершенствованию) экскурсионных (туристских) программ для школьников (любых иных категорий потребителей) на предприятии.
11. Проект мероприятий по разработке программ спортивного (горнолыжный, альпинизм, дайвинг, серфинг и пр.) туризма на предприятии.
12. Проект мероприятий по разработке стратегических партнерских программ туристских компаний с компаниями – представителями смежных отраслей (транспорт, связь, страхование, финансы и пр.) на предприятии.
13. Проект мероприятий по совершенствованию организации дополнительного обслуживания туристов (потребителей) на туристском предприятии.
14. Проект мероприятий по совершенствованию организации транспортного обслуживания туристов (потребителей) на туристском предприятии.
15. Проект мероприятий по совершенствованию организации экскурсионного обслуживания туристов (потребителей) на туристском предприятии.
16. Проект мероприятий по совершенствованию рекламной деятельности на турпредприятии.
17. Проект мероприятий по совершенствованию систем продвижения (продаж) туристских продуктов и услуг турфирмы через Интернет на предприятии.

18. Проект мероприятий по совершенствованию системы набора сотрудников на турпредприятие.
19. Проект мероприятий по совершенствованию системы обучения персонала туристского предприятия.
20. Проект мероприятий по совершенствованию технологии и организации обслуживания туристов (потребителей) на предприятии.
21. Проект мероприятий по совершенствованию технологии продаж туристских продуктов (услуг) на предприятии.
22. Проект мероприятий по созданию благоприятного морально-психологического климата на предприятии туризма.
23. Проект мероприятий по формированию корпоративной культуры турпредприятия.
24. Проект мероприятий по формированию рекламной кампании турпредприятия.
25. Проект мероприятий по формированию фирменного стиля туристского предприятия.
26. Проект мероприятий продвижения российских туристских продуктов за рубежом.
27. Проект программ анимационного обслуживания на предприятии туристской индустрии.
28. Проект программы обслуживания туристов (для туроператора).
29. Проект экскурсионной программы для целевых потребителей в регионе.
30. Разработка бонусной программы привлечения и удержания агентств Тур операторами (на примере предприятия).
31. Разработка буклетно-справочного сопровождения для туристского объекта (дестинации, региона).
32. Разработка предложений по оптимизации информационного обеспечения въездного (выездного, внутреннего, национального) туризма.
33. Разработка предложений по оптимизации информационного обеспечения туризма в РФ.
34. Разработка предложений по повышению степени удовлетворенности туристов в туробслуживании.
35. Разработка предложений по совершенствованию имиджа туристского предприятия.
36. Разработка предложений по совершенствованию сезонного планирования организации туров для дестинации или туроператорской фирмы.
37. Разработка предложений по совершенствованию системы продвижения турбренда на рынке региона.
38. Разработка предложений по совершенствованию формирования и осуществления ассортиментной политики на туристском предприятии.
39. Разработка программы «Тайный гость» для турагентской сети (турагентства).
40. Разработка проекта мероприятий по созданию экскурсионного бюро в гостинице.
41. Разработка проекта привлечения инвестиций в туристскую инфраструктуру региона (муниципального образования) (на конкретном примере).
42. Разработка рекомендаций по организации работы по обслуживанию иностранных туристов на предприятии.
43. Разработка, организация и проведение семинаров и вебинаров по туристским направлениям и турпродукту (на примере туроператорских фирм).

Сформулированные примерные темы ВКР могут быть реализованы на примере:

- ✓ всей территории Российской Федерации;
- ✓ конкретной страны или туристского региона мира;
- ✓ отдельного субъекта РФ или любой иной страны;



- ✓ туристского района (зоны) или всей территории субъекта РФ, иной страны мира;
- ✓ муниципального образования, отдельного административного района субъекта РФ;
- ✓ деятельности конкретного туристского предприятия;
- ✓ работы отдельно взятого органа управления сферой туризма в регионе (муниципальном образовании) РФ;
- ✓ любого отдельно взятого вида (формы) туризма;
- ✓ любого отдельно взятого предприятия сферы туризма (или сети предприятий, нескольких предприятий)

3.1.2. Содержание выпускной квалификационной работы и его соотнесение с совокупным ожидаемым результатом освоения основной образовательной программы:

Код компетенции	Содержание компетенции	Совокупность заданий ВКР			
		Теоретическая часть	Аналитическая часть	Практическая часть	Защита ВКР
1	2	3			
Общекультурные компетенции (ОК)					
ОК-2	Способность использовать основы экономического знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах			+	
ОК-3	Способность к коммуникациям в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	+	+	+	+
ОК-4	Способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	+	+	+	
ОК-5	Способность к самоорганизации и самообразованию	+	+	+	
ОК-6	Способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права,	+			



	обеспечивающего равные права и равные возможности для их реализации мужчинами и женщинами				
ОПК-1	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта	+	+		
ОПК-2	Способность к разработке туристского продукта			+	
Профессиональные компетенции (ПК)					
ПК-1	Владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме	+			
ПК-2	Способность обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме		+		
ПК-3	Готовность к реализации проектов в туристской индустрии			+	+
ПК-5	Способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с			+	



	требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение				
ПК-6	способность находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности	+	+		
ПК-7	Способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг		+		
ПК-8	Готовность к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме		+	+	
ПК-9	Готовность к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов			+	

67. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

4.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов защиты выпускной квалификационной работы

Оценивание ВКР и процесса ее защиты комиссией ГЭК осуществляется по 100-балльной системе, с последующим ее переводом в четырех балльную (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно).

Определяется общая оценка с учетом теоретической подготовки студента и, качества выполнения и оформления ВКР. ГЭК отмечает новизну и актуальность темы, степень научной проработки, практическую значимость результатов ВКР, при этом руководствуются рейтинговой системой оценивания.

При оценивании учитываются 5 равновесных модульных параметров (каждый по 20 баллов в сумме):

- ✓ рекомендованные оценки научным руководителем и рецензентом;
- ✓ текст ВКР;
- ✓ доклад и презентация ВКР;
- ✓ ответы на вопросы при защите ВКР;
- ✓ общее впечатление от ВКР и защиты.

Критерии комплексной оценки ВКР и ее защиты

№ п/п	Направление оценки	Критерии оценки по содержанию качеству	Балл
-------	--------------------	--	------



1	Общая характеристика работы	1.1. Работа не содержит новых результатов, для анализа не привлекались неиспользованные ранее данные	4
		1.2. Работа носит исследовательский характер по оригинальной теме	5
2	Актуальность темы	2.1. Актуальность исследования обоснована неубедительно, общими, декларативными утверждениями. Анализ степени изученности заменен перечислением научных публикаций	3
		2.2. Актуальность темы обоснована, но не показана связь с реальными потребностями общества, удовлетворение которых необходимо в настоящее время. Проведен анализ научных подходов к изучению исследуемого вопроса, но не показаны слабоизученные аспекты, подлежащие разработке	4
		2.3. Актуальность темы убедительно обоснована и связана с реальными потребностями общества, удовлетворение которых необходимо в настоящее время. Проведен анализ научных подходов к изучению исследуемого вопроса, показаны слабоизученные аспекты, подлежащие разработке	5
3	Соблюдение учебно-тематического рейтинг-плана выполнения работы	3.1. Существенные отклонения от установленных сроков	3
		3.2. Незначительные отклонения от установленных сроков	4
		3.3. Полное соблюдение установленных сроков	5
4	Соблюдение требований к	4.1. Четкость формулировки	-

	содержанию ВКР	необходимых элементов исследования (объект, предмет, цель, методы, база)	
		4.2. Адекватность и достаточность источников информации (полнота и новизна использованной научной литературы, применение справочных изданий, монографий и публикаций в научных периодических изданиях)	-
		4.3. Наличие критического анализа существующих подходов к решению проблемы исследования	-
		4.4. Логичность изложения (наличие логических связей как внутри, так и между разделами работы)	-
		4.5. Наличие выводов по разделам работы и обобщения полученных результатов в заключении работы	-
		4.6. Обеспечение наглядности результатов исследования (визуализация информации посредством использования таблиц, графиков, диаграмм, алгоритмов, схем и т.д.)	-
По пунктам 4.1.- 4.6. оценка осуществляется с использованием следующей системы:			
Частично удовлетворяет требованию			3
В основном удовлетворяет требованию			4
Полностью удовлетворяет требованию			5
5	Качество оформления работы	5.1. Существенные отклонения от принятых стандартов	3
		5.2. Незначительные отклонения от принятых стандартов	4
		5.3. Полное соответствие стандартам	5
6	Используемые методики и инструменты исследования	6.1. Использование традиционных методик и инструментов известных авторов	4



		6.2. Использование собственных или оригинальных методик и инструментов с авторскими элементами. Обоснование целесообразности использования данного инструментария	5	
7	Достигнутые результаты	7.1. Выводы носят общий характер, не понятно их практическое (научное) значение	4	
		7.2. Полученные результаты могут использоваться в производстве и/или при обучении трудовым навыкам	5	
8	Презентации результатов исследования	Соблюдение установленного регламента, свободное владение материалом, логичность построения доклада, риторическое мастерство, использование современных информационных технологий для представления результатов исследования	-	
Частично удовлетворяет требованию			3	
В основном удовлетворяет требованию			4	
Полностью удовлетворяет требованию			5	
9	Ответы на вопросы членов ГЭК	9.1. Значительные затруднения при ответах	4	
		9.2. Ответы полные, исчерпывающие	5	
Сумма в баллах	Менее 50	51-70	71-89	90-100
Традиционная шкала	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично

Каждый член комиссии ГЭК в процессе защиты студента выставляет по соответствующим критериям собственные оценки (баллы), что позволяет объективно вывести итоговую сумму баллов. Переведя полученную сумму баллов в традиционную четырехбалльную шкалу, член комиссии имеет свою оценку конкретной ВКР. Во время закрытого заседания ГЭК определяется средняя арифметическая оценка между всеми членами комиссии и определяется ее итоговое значение для конкретной ВКР.



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»**

СМК РГУТиС

Лист 31 из