

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета туризма и
гостеприимства


Сахарчук Е.С.
2016 г.

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ


основной образовательной программы высшего образования – программы

бакалавриата

по направлению подготовки: 43.03.02 Туризм

Квалификация: *бакалавр*

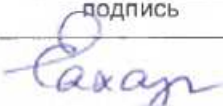
Разработчики:

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


Программа государственной итоговой аттестации рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:

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

Программа государственной итоговой аттестации согласована и одобрена руководителем ООП:

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

Программа государственной итоговой аттестации согласована и одобрена представителем от работодателей:

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



1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

1.1. Программа государственной итоговой аттестации (далее – «Программа») определяет порядок проведения государственной итоговой аттестации по основной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата по направлению подготовки: **43.03.02 Туризм**.

1.2. Настоящая Программа государственной итоговой аттестации составлена в соответствии с «Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры», утвержденным Ученым советом РГУТиС (протокол №1 от 28.08.2015 г.).

2. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1. Государственная итоговая аттестация обучающихся проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы.

2.2. Выпускная квалификационная работа представляет собой выполненную обучающимся (несколькими обучающимися совместно) работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ (ВКР)

3.1. Перечень компетенций, оценка освоения которых проводится в процессе выполнения и защиты ВКР

- стремление к постоянному саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства; может критически оценить свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства их развития или устранения, способен к бесконфликтной профессиональной деятельности в туристской индустрии (ОК-8);
- способность понимать социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к профессиональной деятельности в туристской индустрии (ОК-9);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыки работы с компьютером как средством обеспечения информацией в туристской деятельности, способностью работать в глобальных компьютерных сетях (ОК-12);
- способность обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме (ПК-2);
- способность самостоятельно находить и использовать различные источники информации по проекту туристского продукта (ПК-3);
- готовность к реализации проектов в туристской индустрии (ПК-4);
- готовность к разработке туристского продукта на основе современных технологий (ПК-5);
- способность организовывать работу исполнителей, принимать управленческие решения в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-8);



- умение рассчитать и оценить затраты по организации деятельности предприятия туристской индустрии (ПК-9);
- способность использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии (ПК-10);
- умение организовать процесс обслуживания потребителя (ПК-12);
- способность находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий (ПК-13);
- способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг (ПК-14);
- готовность к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме (ПК-15);
- готовность к применению инновационных технологий в туристской деятельности (ПК-16).

3.2. 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 турпредприятии.
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)

3.3. Вид ВКР

ВКР бакалавра

3.4. Требования к структуре и содержанию ВКР:

1. Структура выпускной квалификационной работы должна соответствовать утвержденному научным руководителем плану и, как правило, состоять из следующих частей: титульного листа, задания на ВКР, реферата, оглавления, введения, обозначений и сокращений, основной части (глав и параграфов), заключения, списка использованной литературы, приложений.
2. Общий объем выпускной квалификационной работы – 40-50 страниц без приложений.

Требования к оформлению выпускной квалификационной работы:

- размер бумаги – А4;



- поля: левое – 30 мм, правое – 20 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм;
- шрифт – 14, Times New Roman;
- межстрочный интервал – полуторный;
- отступ красной строки – 1,25 см;
- выравнивание – по ширине;
- автоматическая установка переносов.

3.5. Этапы выполнения и представления в государственную аттестационную комиссию выпускной квалификационной работы:

№ п/п	Этапы подготовки	Рекомендуемый срок
1.	Выбор темы работы	до 01.12.19
2.	Государственный экзамен	18.05.20-31.05.20
3.	Написание и защита ВКР	01.06.20-28.06.20

3.6. Порядок проведения государственного экзамена и Порядок защиты выпускной квалификационной работы определяется в соответствии с «Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»

Итоговая государственная аттестация начинается с проведения государственных экзаменов.

К государственному экзамену допускается лицо, успешно завершившее в полном объеме освоение основной образовательной программы по направлению подготовки (специальности) высшего профессионального образования, разработанной высшим учебным заведением в соответствии с требованиями ГОС ВО.

Экзаменационные билеты (задания) государственного экзамена утверждаются руководителем ООП университета и являются едиными для всех структурных подразделений университета, реализующих данную ООП.

До проведения государственного экзамена заведующим выпускающей кафедры организуются консультации и / или обзорные лекций в установленном объеме. Расписание консультаций по государственному экзамену утверждается заведующим выпускающей кафедры факультета (филиала) и размещается на стенде кафедры факультета (филиала).

Экзамен проводится в письменной форме. *Студентам экзаменационные билеты выдаются непосредственно на экзамене.* На оформление письменного ответа на вопросы экзаменационного билета отводится не более трех астрономических часов.

Заседание государственной экзаменационной комиссии по приему государственного экзамена проводится согласно утвержденному графику. Государственный экзамен проводится в виде открытых заседаний экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее списочного состава. Присутствие посторонних лиц на государственных экзаменах допускается только с разрешения ректора (проректора по учебной работе).

На экзамене разрешено пользоваться географическими картами и атласами. На итоговом экзамене студенты получают экзаменационный билет, содержащий 3



теоретические вопросы и 1 практическое задание. В случае обнаружения у выпускника после получения им экзаменационного билета учебных пособий, методических материалов, учебной и иной литературы (за исключением разрешенных для использования на государственном экзамене), конспектов, шпаргалок, независимо от типа носителя информации, а также любых технических средств и средств передачи информации, либо использования им подсказки, вне зависимости от того, были ли использованы указанные материалы и (или) средства в подготовке к ответу на государственном экзамене, комиссия изымает до окончания государственного экзамена указанные материалы и (или) средства с указанием соответствующих сведений в протоколе заседания ГЭК и принимает решение об оценке знаний такого выпускника «неудовлетворительно» либо о продолжении государственного экзамена.

По завершении экзамена экзаменационная комиссия на закрытом заседании обсуждает ответы каждого студента, анализирует проставленные членами комиссии оценки и выставляет каждому студенту согласованную оценку по итоговому экзамену в целом по системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». В случае расхождения мнения членов экзаменационной комиссии по итоговой оценке решению экзаменационной комиссии принимается на закрытом заседании простым большинством голосов. При равном числе голосов голос председателя является решающим.

Итоговая оценка по экзамену заносится в протокол заседания экзаменационной комиссии, сообщается студенту и проставляется в зачетную книжку студента, визируется председателем, членами экзаменационной комиссии (равно как и в протоколе). В случае получения студентом по итоговому экзамену по специальности итоговой оценки «неудовлетворительно», он не допускается к выполнению и защите дипломной работы (проекта) и отчисляется из вуза с получением академической справки.

Листы с ответами студентов на экзаменационные вопросы вместе с копией протокола об итогах экзамена формируются секретарем комиссии в отдельную папку «Итоговый государственный экзамен» и хранятся в течение трех лет на выпускающей кафедре.

3.7. Критерии выставления оценок (соответствия уровня подготовки выпускника требованиям ФГОС ВО) на основе выполнения и защиты 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 содержанию ВКР	4.1. Четкость формулировки 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.



3.7. Студенту, не защитившему ВКР в установленный срок по уважительной причине, подтвержденной документально, может быть продлен срок обучения до следующего периода работы ГЭК, но не более чем на 3 года. Для этого обучающемуся необходимо подать личное заявление с приложенными к нему документами, подтверждающими