



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЭиУ
Е.С. Замбрицкая

05.02.2025 г.

***ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ***

Направление подготовки (специальность)
43.03.02 Туризм

Направленность (профиль/специализация) программы
Управление туристическим бизнесом

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
заочная

Институт/ факультет Институт экономики и управления

Кафедра Менеджмента и государственного управления

Магнитогорск
2025 год

1. Общие положения

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися образовательных программ соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Бакалавр по направлению подготовки 43.03.02 Туризм в соответствии с направленностью (профилем) образовательной программы Управление туристическим бизнесом должен быть подготовлен к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- организационно-управленческий;
- технологический.

В соответствии с видами и задачами профессиональной деятельности выпускник на государственной итоговой аттестации должен показать соответствующий уровень освоения следующих компетенций:

- УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
- УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
- УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
- УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(-ых) языке(-ах)
- УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
- УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
- УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
- УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
- УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
- УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
- ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере
- ОПК-2. Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью
- ОПК-3. Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности
- ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта
- ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности
- ОПК-6. Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности
- ОПК-7. Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и

соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности

- ОПК-8. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

- ПК-1. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

- ПК-2. Способен вести переговоры, встречи с партнерами, потребителями, заинтересованными сторонами по согласованию условий взаимодействия по разработке и реализации туристских продуктов (услуг)

- ПК-3. Способен организовать, координировать и контролировать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности

- ПК-4. Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий

На основании решения Ученого совета университета от 26.02.2025 (протокол №4 государственные аттестационные испытания по направлению подготовки 43.03.02 Туризм проводятся в форме:

- государственного экзамена;
- защиты выпускной квалификационной работы.

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по данной образовательной программе.

2. Программа и порядок проведения государственного экзамена

Согласно учебному плану, подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена проводится в период с 02.06.2030 по 16.06.2030 г. Для проведения государственного экзамена составляется расписание экзамена и предэкзаменационных консультаций (консультирование обучающихся по вопросам, включенным в программу государственного экзамена).

Государственный экзамен проводится на открытых заседаниях государственной экзаменационной комиссии в специально подготовленных аудиториях, выведенных на время экзамена из расписания. Присутствие на государственном экзамене посторонних лиц допускается только с разрешения председателя ГЭК.

Обучающимся и лицам, привлекаемым к государственной итоговой аттестации, во время ее проведения запрещается иметь при себе и использовать средства оперативной и мобильной связи.

Государственный экзамен проводится в два этапа:

- на первом этапе проверяется сформированность универсальных компетенций;
- на втором этапе проверяется сформированность общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с учебным планом.

Подготовка к сдаче и сдача первого этапа государственного экзамена

Первый этап государственного экзамена проводится в форме компьютерного тестирования. Тест содержит вопросы и задания по проверке общекультурных компетенций соответствующего направления подготовки. В заданиях используются следующие типы вопросов:

- выбор одного правильного ответа из заданного списка;
- восстановление соответствия.

Для подготовки к экзамену на образовательном портале за три недели до начала испытаний в блоке «Ваши курсы» становится доступным электронный курс «Демо-версия. Государственный экзамен (тестирование)». Доступ к демоверсии осуществляется по логину и паролю, которые используются обучающимися для организации доступа к информационным ресурсам и сервисам университета.

Первый этап государственного экзамена проводится в компьютерном классе в соответствии с утвержденным расписанием государственных аттестационных испытаний.

Блок заданий первого этапа государственного экзамена включает 13 тестовых вопросов. Продолжительность экзамена составляет 30 минут.

Результаты первого этапа государственного экзамена определяются оценками «зачтено» и «не зачтено» и объявляются сразу после приема экзамена.

Критерии оценки первого этапа государственного экзамена:

- на оценку **«зачтено»** – обучающийся должен показать, что обладает системой знаний и владеет определенными умениями, которые заключаются в способности к осуществлению комплексного поиска, анализа и интерпретации информации по определенной теме; установлению связей, интеграции, использованию материала из разных разделов и тем для решения поставленной задачи. Результат не менее 50% баллов за задания свидетельствует о достаточном уровне сформированности компетенций;

- на оценку **«не зачтено»** – обучающийся не обладает необходимой системой знаний и не владеет необходимыми практическими умениями, не способен понимать и интерпретировать освоенную информацию. Результат менее 50% баллов за задания свидетельствует о недостаточном уровне сформированности компетенций.

Подготовка к сдаче и сдача второго этапа государственного экзамена

Ко второму этапу государственного экзамена допускается обучающийся, получивший оценку «зачтено» на первом этапе.

Второй этап государственного экзамена проводится в устной форме.

Второй этап государственного экзамена включает 2 теоретических вопроса и 1 практическое задание. Продолжительность экзамена составляет 30 минут на подготовку и 15 минут на ответ для каждого экзаменуемого.

Государственный экзамен проводится по нескольким дисциплинам образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

После устного ответа на вопросы экзаменационного билета экзаменуемому могут быть предложены дополнительные вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на государственный экзамен.

Результаты второго этапа государственного экзамена определяются оценками:

«отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в день приема экзамена.

Критерии оценки второго этапа государственного экзамена:

- на оценку **«отлично»** (5 баллов) – обучающийся должен показать высокий уровень сформированности компетенций, т.е. показать способность обобщать и оценивать информацию, полученную на основе исследования нестандартной ситуации; использовать сведения из различных источников; выносить оценки и критические суждения, основанные на прочных знаниях;

- на оценку **«хорошо»** (4 балла) – обучающийся должен показать продвинутый уровень сформированности компетенций, т.е. продемонстрировать глубокие прочные знания и развитые практические умения и навыки, умение сравнивать, оценивать и выбирать методы решения заданий, работать целенаправленно, используя связанные между собой формы представления информации;

- на оценку **«удовлетворительно»** (3 балла) – обучающийся должен показать базовый уровень сформированности компетенций, т.е. показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, профессиональные, интеллектуальные навыки решения стандартных задач.

- на оценку **«неудовлетворительно»** (2 балла) – обучающийся не обладает необходимой системой знаний, допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

- на оценку **«неудовлетворительно»** (1 балл) – обучающийся не может

показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Результаты второго этапа государственного экзамена объявляются в день его проведения.

Обучающийся, успешно сдавший государственный экзамен, допускается к выполнению и защите выпускной квалификационной работе.

2.1 Содержание государственного экзамена

2.1.1 Перечень тем, проверяемых на первом этапе государственного экзамена

1. Философия, ее место в культуре
2. Исторические типы философии
3. Проблема идеального. Сознание как форма психического отражения
4. Особенности человеческого бытия
5. Общество как развивающаяся система. Культура и цивилизация
6. История в системе гуманитарных наук
7. Цивилизации Древнего мира
8. Эпоха средневековья
9. Новое время XVI-XVIII вв.
10. Модернизация и становление индустриального общества во второй половине XVIII – начале XX вв.
11. Россия и мир в XX – начале XXI в.
12. Новое время и эпоха модернизации
13. Спрос, предложение, рыночное равновесие, эластичность
14. Основы теории производства: издержки производства, выручка, прибыль
15. Основные макроэкономические показатели
16. Макроэкономическая нестабильность: безработица, инфляция
17. Предприятие и фирма. Экономическая природа и целевая функция фирмы
18. Конституционное право
19. Гражданское право
20. Трудовое право
21. Семейное право
22. Уголовное право
23. Я и моё окружение (на иностранном языке)
24. Я и моя учеба (на иностранном языке)
25. Я и мир вокруг меня (на иностранном языке)
26. Я и моя будущая профессия (на иностранном языке)
27. Страна изучаемого языка (на иностранном языке)
28. Формы существования языка
29. Функциональные стили литературного языка
30. Проблема межкультурного взаимодействия
31. Речевое взаимодействие
32. Деловая коммуникация
33. Основные понятия культурологии
34. Христианский тип культуры как взаимодействие конфессий
35. Исламский тип культуры в духовно-историческом контексте взаимодействия
36. Теоретико-методологические основы командообразования и саморазвития
37. Личностные характеристики членов команды
38. Организационно-процессуальные аспекты командной работы
39. Технология создания команды
40. Саморазвитие как условие повышения эффективности личности
41. Диагностика и самодиагностика организма при регулярных занятиях физической культурой и спортом
42. Техническая подготовка и обучение двигательным действиям

43. Методики воспитания физических качеств.
44. Виды спорта
45. Классификация чрезвычайных ситуаций. Система чрезвычайных ситуаций
46. Методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций

2.1.2 Перечень теоретических вопросов, выносимых на второй этап государственного экзамена

1. Уровни и принципы управления туристским комплексом в России
2. Нормативно-правовое обеспечение туристской деятельности
3. Особенности предпринимательской деятельности в туризме
4. Виды коммерческих организаций в сфере туризма
5. Принципы государственного регулирования туристской деятельности в РФ
6. Особенности регулирования международной торговли туристскими услугами
7. Экономические и административные механизмы поддержки развития туризма в зарубежных странах
8. Основные сегменты туррынка. Критерии сегментации.
9. Структура турпродукта.
10. Жизненный цикл турпродукта.
11. Формирование продуктовой стратегии. Основные этапы разработки продукта-новинки.
12. Каналы сбыта турпродукта. Выбор посредников и определение приемлемой формы работы с ними
13. Брендинг на рынке туруслуг
14. Стимулирование сбыта
15. Организация и контроль маркетинга туристского предприятия
16. Маркетинговая коммуникационная стратегия туристского предприятия
17. Планирование качественной потребности в персонале для организации работы исполнителей
18. Принятие решения в организации туристской деятельности
19. Профессиональное обучение персонала с учетом социальной политики государства
20. Мотивационная роль дополнительных льгот при организации процесса обслуживания туристов
21. Развитие и регулирование туристской деятельности в России
22. Сущность и содержание туроператорской и турагентской деятельности. Основные различия между туроператорами и турагентами
23. Механизмы защиты прав туристов в России
24. Договорные отношения между участниками туристского рынка
25. Сертификация туристских услуг
26. Документация туристских фирм по видам деятельности
27. Права и обязанности туристских фирм и туристов
28. Компенсация за непредоставленные услуги и возмещение убытков туристам
29. Потребительские свойства туристского продукта
30. Классы обслуживания
31. Пакет услуг
32. Проектирование тура
33. Программа обслуживания. Порядок составления программ обслуживания
34. Требования, предъявляемые к обслуживанию туристов
35. Аутгоинг как вид коммерческой деятельности
36. Схемы сотрудничества туроператоров и иностранных meet-компаний
37. Особенности продвижения выездных туров
38. Планирование тура. Договорной план
39. Основные формы продажи туристского продукта

40. Технология взаимодействия туроператоров и турагентов
41. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение
42. Стимулирование продажи туристского продукта
43. Система нерекламных методов продвижения туристского продукта
44. Функции и задачи зарубежных представителей туроператоров
45. Сущность и назначение ознакомительных туров
46. Показатели качества работа туроператора
47. Сущность и задачи стратегического управления туристской фирмой
48. Структура комплексного анализа деятельности туристского предприятия
49. Элементы исследования маркетинга в туризме
50. Роль рыночной демографии в туристском предпринимательстве
51. Логистика и ее роль на туристском предприятии
52. Процесс оценки стратегической ситуации в туристской фирме
53. Процесс управления стратегией в туристской фирме
54. Методы расчета цены на туристский продукт
55. Финансовая схема работы туроператора
56. Налогообложение туристской фирмы
57. Общие понятия безопасности и направления ее организации в туризме
58. Природные и техногенные катастрофы и предотвращение рисков для туристов
59. Эпидемиологическая и бактериологическая безопасность туризма
60. Профессиональные стандарты для туризма
61. Квалификационные требования, предъявляемые к менеджеру туризма

2.1.3 Перечень практических заданий, выносимых на второй этап государственного экзамена

1. Турфирма оказывает одну услугу. Средние переменные издержки на ее производство и реализацию составляют 90 руб. Цена единицы туруслуги равна 120 руб. Постоянные издержки составляют 30 тыс. руб. Требуется рассчитать, какую прибыль получит фирма при реализации 1 тыс., 3 тыс., 5 тыс. единиц этой услуги. В ответе определить, при каком количестве реализации услуг будет достаточная норма прибыли.

Прибыль турфирмы от реализации услуги в различных количествах, тыс. руб.

Показатель	Количество реализуемого туристского продукта (ед.)		
	1000	3000	5000
1. Выручка от реализации (руб.)			
2. Переменные затраты (руб.)			
3. Сумма покрытия (руб.)			
4. Постоянные издержки (руб.)			
5. Прибыль (руб.)			
6. Средняя величина покрытия (руб.)			

Найти:

- выручку от реализации;
- сумму покрытия;
- постоянные издержки;
- прибыль;
- среднюю величину покрытия.

2. Фирма оказывает одновременно два типа услуг: А и Б. Данные об объемах продаж, ценах и затратах приведены в таблица 1.

Требуется определить:

- а) размер прибыли, получаемой фирмой за месяц;
- б) среднюю величину покрытия для каждой услуги;

- в) коэффициент покрытия для каждой услуги
 г) размер прибыли, которую получит фирма, если расширит продажу услуги А до 7000 штук, а услуги Б - до 4500 штук.

Таблица 1 – Объемы продаж, цены услуг А и Б и издержки производства

Показатель	Услуги	
	А	Б
Объем продаж (единиц услуги)	6000	4000
Цена реализации единицы услуги (руб.)	520	900
Переменные издержки на единицу услуги (руб.):		
топливо и другие предметы труда	200	350
заработная плата	140	200
переменные производственные накладные расходы	50	100
переменные сбытовые накладные расходы	50	120
Постоянные издержки (тыс. руб.):		
административные	180	
производственные	500	
сбытовые	220	

Для ответа на поставленные вопросы все необходимые данные сводятся в таблице 2

Таблица 2 – Средняя величина покрытия, коэффициент покрытия и размер прибыли фирмы от реализации услуг А и Б

Показатель	Товар (услуги)		Всего
	А	Б	
Объем продаж (ед. услуги)			
Переменные издержки (тыс. руб.):			
топливо и другие предметы труда			
заработная плата			
переменные производственные накладные расходы			
переменные сбытовые накладные расходы			
ИТОГО переменных издержек			
Выручка от реализации (тыс. руб.)			
Сумма покрытия (тыс. руб.)			
Постоянные издержки (тыс. руб.)	–		
Прибыль (тыс. руб.)	–		
Средняя величина покрытия (руб.)			–
Коэффициент покрытия			–

3. Фирма производит и реализует одну услугу. Переменные издержки на единицу этой услуги составили (руб.):

- сырье, топливо и другие предметы труда – 200;
- заработная плата – 160;
- переменные производственные накладные расходы – 80;
- переменные сбытовые накладные расходы – 40.

Итого: 480.

Цена единицы услуги – 600. Постоянные издержки составили 136 тыс. руб.

Требуется определить, сколько единиц услуги должна реализовать фирма, чтобы обеспечить получение прибыли в размере 32 тыс. руб.

4. Деятельность гостиничного предприятия характеризуется следующими данными:

Показатель	Услуги
------------	--------

	Номера	Ресторан
Объем продаж (единиц услуг)	6000	4000
Цена реализации единицы услуги (руб.)	520	900
Переменные издержки на единицу услуги (руб.), в том числе:	440	770
сырье и другие предметы труда (руб.)	200	350
заработная плата (руб.)	140	200
переменные производственные накладные расходы (руб.)	50	100
переменные сбытовые накладные расходы (руб.)	50	120
Постоянные издержки (руб.)	900	
Административные (руб.)	180	
Производственные (руб.)	500	
Сбытовые (руб.)	220	

Рассчитайте:

- а) размер прибыли, получаемой гостиницей за месяц;
- б) среднюю величину покрытия для каждой услуги;
- в) коэффициент покрытия для каждой услуги;
- г) размер прибыли, которую получит гостиница, если расширит продажу номеров до 7000 единиц, а ресторана – до 4500 единиц.

5. На основании требований государственных стандартов РФ разработайте маршруты туристских путешествий до 7 дней по России, в том числе и по Челябинской области для следующих сегментов туристов:

- группа школьников 10-12 лет;
- семья из 4 человек – папа, мама, двое детей 6 и 12 лет;
- группа студентов 19-20 лет;
- молодожены 25-28 лет;
- пожилая семейная пара;
- группа иностранных туристов из Китая.

При выполнении задания определите:

- целевую направленность туристского путешествия с ориентацией на определенный сегмент потребителей;
- оптимальный сезон для туристского путешествия;
- маршрут туристского путешествия;
- продолжительность туристского путешествия.

6. Составьте проекты программ туристских путешествий до 7 дней по России, в том числе и по Челябинской области для разработанных вами в предыдущей практической работе туристских маршрутов:

- группа школьников 10-12 лет;
- семья из 4 человек – папа, мама, двое детей 6 и 12 лет;
- группа студентов 19-20 лет;
- молодожены 25-28 лет;
- пожилая семейная пара;
- группа иностранных туристов из Китая.

В программе укажите:

- наименование программы туристского путешествия;
- состав экскурсий и достопримечательных объектов;
- комплекс досуговых мероприятий;
- продолжительность пребывания в каждом пункте.

При разработке программы соблюдайте принципы оптимальности, рациональности и тематического соответствия.

Полученные результаты оформите в таблице.

Программа тура «_____»

День	Время	Мероприятия
1 день		
2 день		
... день		

7. Сформируйте набор основных и дополнительных услуг, входящих в состав туристских маршрутов, разработанных вами в предыдущей практической работе.

При подборе услуг соблюдайте принципы оптимальности, рациональности и тематического соответствия.

Полученные результаты оформите в таблице.

Пакет услуг тура «_____»

	Перечень услуг
Основные	
Дополнительные	

8. Определите поставщиков услуг для разработанного вами тура. Составьте договорной план турфирмы по организации разработанного тура. Полученные результаты оформите в таблице.

№	Наименование партнера	Основной предмет договора	Срок действия договора	Особые сведения
1				
2				
..				

9. Оформите технологическую карту разработанного вами тура.

В технологической карте в лаконичной форме содержится вся необходимая для работы информация по отдельно взятому туру – программа тура, перечень предприятий – поставщиков туристских услуг, экскурсии, походы, перевозка, размещение туристов и т.п. Документ предназначен только для внутреннего использования туроператором и способствует повышению эффективности его работы.

10. Оформите информационный листок разработанного вами тура.

11. Рассчитать на основе цен поставщиков услуг стоимость турпакета на прием группы иностранных туристов (без стоимости авиаперелета) и определите конечную цену турпродукта. Полученные данные оформите в таблицу «Калькуляция стоимости тура».

Условия тура

1) Москва – 3 дня, 2 ночи

– количество туристов в группе, включая переводчика: 25 человек;

– питание (полный пансион) – 25 €;

– проживание (двухместные номера) - проживание – 35 €;

– экскурсионная и культурная программа – 45 €;

2) Санкт – Петербург – 5 дней, 4 ночей;

– проживание – 25 €;

- питание (трехразовое) – 20 €;
- экскурсионная и культурная программа – 55 €.

3) Транспорт:

- трансфер – 10 €;
- поезд Москва – Санкт – Петербург: 45 €;
- поезд Санкт – Петербург - Москва: 45 €.

4) Услуги туристского предприятия (сопровождение группы, экскурсионное обслуживание, бронирование мест в гостинице) – 6 % от величины расходов

5) Прибыль туристского предприятия – 15% от величины расходов.

6) Комиссионное вознаграждение турагента – 8% от величины расходов.

12. Рассчитайте себестоимость услуг, включенных в состав тура, разработанных вами туристских путешествий до 7 дней по России, в том числе и по Челябинской области для разработанных вами в предыдущей практической работе туристских маршрутов:

- группа школьников 10-12 лет;
- семья из 4 человек – папа, мама, двое детей 6 и 12 лет;
- группа студентов 19-20 лет;
- молодожены 25-28 лет;
- пожилая семейная пара;
- группа иностранных туристов из Китая.

Полученные данные оформите в таблицу «Калькуляция стоимости тура».

13. Турист вернулся из поездки и сообщил, что из его номера были похищены деньги и дорогостоящая фототехника. Теперь он предъявляет претензии туроператору и требует, чтобы ему вернули деньги за все похищенное, сумма примерно 5 000 евро. Имеет ли он на это право?

14. Семья из 4 человек вынуждена была вернуться из Египта на три дня раньше окончания тура. Новый авиабилет им был предоставлен бесплатно туроператором, но деньги за три неиспользованных дня им не вернули. Могут ли они требовать возврата денежных средств за эти три дня?

15. Семья находилась в Египте, тур рассчитан на 15 дней - прошло 4. У них заболел ребенок и они хотят улететь домой раньше, возможна ли замена авиабилетов домой у туроператора на более ранний срок или нужно приобрести их только за свой счет?

16. Поездку в Венгрию женщина с ребенком приобрела 6 недель назад. Из газет и телевидения сообщается, что там крайне неблагоприятная экологическая обстановка. Если она откажется от поездки, туроператор вернет ей деньги?

17. Семья ездила отдыхать в Италию. Обратный рейс в Москву задержали на сутки, соответственно, виза оказалась просроченной. Чем им это грозит? Будут ли осложнения при следующих выездах в Европу?

18. Имеет ли право туристическое агентство не возвращать туристу комиссионное вознаграждение, полученное от туроператора, при аннуляции тура туристом? Тем более, если заработная плата менеджеров зависит от процентов от продаж.

19. В ваше агентство обратилась детская спортивная школа с просьбой организовать доставку и размещение детей в Калининграде. Авиаперелет их не устроил, хотят ехать поездом. Есть ли нюансы поездки в Калининград на поезде?

20. Турагентство бронировало у оператора только проживание на август, заплатили за него за месяц до выезда. За 10 дней до отъезда турист отказался ехать, туроператор вернул деньги, удержав за первую ночь проживания. Правомерно ли это? Турист грозит своим высокопоставленным положением, что обратится в суд и выиграет...

21. В турагентство обратились туристы, им подобрали тур, они съездили, а вернувшись, пришли с претензией – им не предоставили трансфер на обратную дорогу. Туроператор деньги за него не вернул и туристы обратились в суд. Туроператор туда не явился, объяснений не дал, суд вынес решение, по которому турагентство должны вернуть туристам деньги за трансфер плюс еще 50 % в пользу государства. Что делать

турагентству?

22. Турист, не удовлетворенный условиями путешествия, по возвращении домой обратился с иском в народный суд. Имеет ли он на это право, ведь существуют промежуточные инстанции (Комитет по туризму, Комитет по защите прав потребителей)?

2.1.4 Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

а) основная литература

1. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 339 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00581-3. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/viewer/marketing-gostinichnogo-predpriyatiya-560468#page/1> (дата обращения: 10.01.2025).

2. Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для вузов / В. С. Боголюбов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 293 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07413-0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/562141> (дата обращения: 10.01.2025).

3. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 165 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-9916-9313-4. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/viewer/pravovoe-i-normativnoe-regulirovanie-v-industrii-gostepriimstva-562376#page/1> (дата обращения: 10.01.2025).

4. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 205 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-21280-8. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/viewer/marketing-turistskih-territoriy-569499#page/1> (дата обращения: 10.01.2025).

5. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 242 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15684-3. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/viewer/marketing-turistskih-uslug-560589#page/1> (дата обращения: 10.01.2025).

6. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 184 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-21187-0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/viewer/reklama-v-socialno-kulturnom-servise-i-turizme-559516#page/1> (дата обращения: 10.01.2025).

7. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 327 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14912-8. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/567740> (дата обращения: 10.01.2025).

8. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 366 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07713-1. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/563338> (дата обращения: 10.01.2025).

9. Тарханова, Н. П. Организация туристской деятельности : учебное пособие для вузов / Н. П. Тарханова. – Санкт-Петербург : Лань, 2024. – 176 с. – ISBN 978-5-507-

49945-8. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/436253> (дата обращения: 10.01.2025).

б) дополнительная литература

1. Анохин, А. Ю. Технология и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. Ю. Анохин. – 2-е изд., стер. – Санкт-Петербург : Лань, 2025. – 156 с. – ISBN 978-5-507-52356-6. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/448694> (дата обращения: 16.04.2025).

2. Балюк, Н. А. Экскурсоведение : учебник для вузов / Н. А. Балюк. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 202 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-19337-4. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/566837> (дата обращения: 10.01.2025).

3. Боголюбова, С. А. Виды и тенденции развития туризма : учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 202 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-17765-7. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/533697> (дата обращения: 10.01.2025).

4. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 231 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-20083-6. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/viewer/marketing-i-breeding-turistskih-destinaciy-557540#page/1> (дата обращения: 10.01.2025).

5. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 251 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-18075-6. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/564542> (дата обращения: 10.01.2025).

6. Сухов, Р. И. Организация туристской деятельности: учебное пособие / Сухов Р.И. - Ростов-на-Дону :Южный федеральный университет, 2016. - 267 с.: ISBN 978-5-9275-2003-9. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/991783> (дата обращения: 10.01.2025).

7. Туризм и гостиничное дело: практикум : учебное пособие / Н. В. Анчукова, В. Н. Бараков, Т. А. Беляева [и др.]. – Вологда : ВоГУ, 2017. – 120 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/171221> (дата обращения: 10.01.2025).

8. Туризм и гостиничное дело: практикум : учебное пособие / Н. В. Анчукова, В. Н. Бараков, М. В. Воропай [и др.]. – Вологда : ВоГУ, 2018 – Часть 2 – 2018. – 116 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/291830> (дата обращения: 10.01.2025).

9. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Утверждена Правительством Российской Федерации от 20 сентября 2019 года № 2129-р. - URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения: 10.01.2025).

10. ГОСТ 32611-2014. Межгосударственный стандарт. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов

11. ГОСТ Р ИСО 13810-2016 Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг.

12. ГОСТ Р 53522-2022 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения

13. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», введен Приказом Минфина России от 11.06.2021 № 78н;

14. Государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма», утверждена Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 декабря 2021 года № 2439

15. Заднепровская, Е. Л. Сельский и промышленный туризм / Е. Л. Заднепровская, Е. В. Ползикова ; Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2018. – 226 с. – EDN YMYFML.

16. Никулина, Ю. Н. Промышленный туризм: особенности организации и тенденции развития на региональном уровне / Ю. Н. Никулина. – Москва : Издательство «Перо», 2017. – 194 с. – ISBN 978-5-906997-40-1. – EDN XAMTXJ.

17. Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утв. Минобрнауки России 25.01.2023 г.). – URL: https://minobrnauki.gov.ru/documents/?ELEMENT_ID=63453. (дата обращения: 10.01.2025).

2.1.5 Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену

Подготовка к тестированию

При подготовке к тестированию обучающемуся рекомендуется внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть,

какого типа задания в нем содержатся. Следует начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока, не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Необходимо внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам», или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях – это приводит к ошибкам в самых легких вопросах. Рекомендуется пропустить вопрос, если обучающийся не знает ответа или не уверен в его правильности, чтобы потом к нему вернуться. Нужно думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Обучающийся может не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах. Следует рассчитывать выполнение заданий так, чтобы осталось время на проверку и доработку. Необходимо свести к минимуму процесс угадывания правильных ответов.

При подготовке к тестированию обучающемуся следует не просто заучивать, необходимо понять логику изложенного материала. Этому способствует составление развернутого плана, таблиц, схем. Большую помощь оказывают опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие закрепить знания и приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Подготовка к устному ответу

Во время подготовки к устному ответу рекомендуется заранее продумать структуру ответа. Ответ должен состоять из вступления, основной части и заключения. На первую и последнюю части должно уйти около 20% времени, на основную часть - около 60%. В начале ответа необходимо привлечь внимание экзаменатора. Следует парой фраз обозначить, о чём обучающийся собирается говорить. Основная часть всегда посвящена конкретной проблеме. Ее следует раскрыть более полно и рассмотреть вопрос с разных сторон. Не следует говорить сложно. Сначала должна прозвучать ключевая фраза, затем - аргументы и пояснения. Надо быть настроенным на то, что преподаватель может задать вопрос и не сбиться от неожиданности. Удачный диалог с преподавателем показывает обучающегося с лучшей стороны и повышает шансы на хорошую отметку. В заключении можно использовать обобщающие конструкции. При устном ответе рекомендуется избегать речевых штампов, шаблонных выражений, сленговых и молодежных слов. Также не следует употреблять в разговоре слова, смысл которых обучающийся не точно знает.

Уверенность в себе поможет справиться в трудной ситуации, использовать подготовку и свои знания, добиться успеха.

Работа с учебной литературой (конспектом)

При работе с литературой (конспектом) при подготовке к экзамену обещающемуся рекомендуется:

1. Подготовить необходимую информационно-справочную (словари, справочники) и рекомендованную научно-методическую литературу (учебники, учебные пособия) для получения исчерпывающих сведений по каждому экзаменационному вопросу.
2. Уточнить наличие содержания и объем материала в лекциях и учебной литературе для раскрытия вопроса.
3. Дополнить конспекты недостающей информацией по отдельным аспектам, без которых невозможен полный ответ.

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

- аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;
- планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;
- тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;
- цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;
- конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

4. Распределить весь материал на части с учетом их сложности, составить график подготовки к экзамену.

5. Внимательно прочитать материал конспекта, учебника или другого источника информации, с целью уточнений отдельных положений, структурирования информации, дополнения рабочих записей.

8. Повторно прочитать содержание вопроса, пропуская или бегло просматривая те части материала, которые были усвоены на предыдущем этапе.

9. Прочитать еще раз материал с установкой на запоминание. Запоминать следует не текст, а его смысл и его логику. В первую очередь необходимо запомнить термины, основные определения, понятия, законы, принципы, аксиомы, свойства изучаемых процессов и явлений, основные влияющие факторы, их взаимосвязи. Полезно составлять опорные конспекты.

10. Многократное повторение материала с постепенным «сжиманием» его в объеме способствует хорошему усвоению и запоминанию.

11. В последний день подготовки к экзамену следует проговорить краткие ответы на все вопросы, а на тех, которые вызывают сомнения, остановиться более подробно.

3. Порядок подготовки и защиты выпускной квалификационной работы

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы является одной из форм государственной итоговой аттестации.

При выполнении выпускной квалификационной работы, обучающиеся должны показать свои знания, умения и навыки самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Обучающий, выполняющий выпускную квалификационную работу должен показать

свою способность и умение:

- определять и формулировать проблему исследования с учетом ее актуальности;
- ставить цели исследования и определять задачи, необходимые для их достижения;
- подготавливать исходные данные для проведения расчетов экономических, социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;
- анализировать и обобщать теоретический и эмпирический материал по теме исследования, проводить расчеты экономических и социально-экономических показателей на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы; выявлять противоречия, оценивать и анализировать полученные результаты, делать и обосновывать выводы;
- применять теоретические знания при решении практических задач в области экономики предприятий и организаций;
- делать заключение по теме исследования, обозначать перспективы дальнейшего изучения исследуемого вопроса;
- оформлять работу в соответствии с установленными требованиями;

3.1 Подготовительный этап выполнения выпускной квалификационной работы

3.1.1 Выбор темы выпускной квалификационной работы

Обучающийся самостоятельно выбирает тему из рекомендуемого перечня тем ВКР, представленного в приложении 1. Обучающийся (несколько обучающихся, выполняющих ВКР совместно), по письменному заявлению, имеет право предложить свою тему для выпускной работы, в случае ее обоснованности и целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности. Утверждение тем ВКР и назначение руководителя утверждается приказом по университету.

3.1.2 Функции руководителя выпускной квалификационной работы

Для подготовки выпускной квалификационной работы обучающемуся назначается руководитель и, при необходимости, консультанты.

Руководитель ВКР помогает обучающемуся сформулировать объект, предмет исследования, выявить его актуальность, научную новизну, разработать план исследования; в процессе работы проводит систематические консультации.

Подготовка ВКР обучающимся и отчет перед руководителем реализуется согласно календарному графику работы. Календарный график работы обучающегося составляется на весь период выполнения ВКР с указанием очередности выполнения отдельных этапов и сроков отчетности по выполнению работы перед руководителем.

3.2 Требования к выпускной квалификационной работе

При подготовке выпускной квалификационной работы обучающийся руководствуется локальными нормативными актами университета СМК-О-СМГТУ-36-20 Выпускная квалификационная работа: структура, содержание, общие правила выполнения и оформления.

3.3 Порядок защиты выпускной квалификационной работы

Законченная выпускная квалификационная работа должна пройти процедуру нормоконтроля, включая проверку на объем заимствований, а затем представлена руководителю для оформления письменного отзыва

Выпускная квалификационная работа, подписанная заведующим кафедрой, имеющая отзыв руководителя работы, допускается к защите и передается в государственную экзаменационную комиссию не позднее, чем за 2 календарных дня до даты защиты, также

работа размещается в электронно-библиотечной системе университета.

Объявление о защите выпускных работ вывешивается на кафедре за несколько дней до защиты.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на заседании государственной экзаменационной комиссии и является публичной. Защита одной выпускной работы **не должна превышать 30 минут**.

Для сообщения обучающемуся предоставляется **не более 10 минут**. Сообщение по содержанию ВКР сопровождается необходимыми графическими материалами и/или презентацией с раздаточным материалом для членов ГЭК. В ГЭК могут быть представлены также другие материалы, характеризующие научную и практическую ценность выполненной ВКР – печатные статьи с участием выпускника по теме ВКР, документы, указывающие на практическое применение ВКР, макеты, образцы материалов, изделий и т.п.

В своем выступлении обучающийся должен отразить:

- содержание проблемы и актуальность исследования;
- цель и задачи исследования;
- объект и предмет исследования;
- методику своего исследования;
- полученные теоретические и практические результаты исследования;
- выводы и заключение.

В выступлении должны быть четко обозначены результаты, полученные в ходе исследования, отмечена теоретическая и практическая ценность полученных результатов.

По окончании выступления выпускнику задаются вопросы по теме его работы.

Вопросы могут задавать все присутствующие. Все вопросы протоколируются.

Затем слово предоставляется научному руководителю, который дает характеристику работы. При отсутствии руководителя отзыв зачитывается одним из членов ГЭК.

Заслушав отзыв руководителя своей работы, студент должен ответить на вопросы и замечания.

Затем председатель ГЭК просит присутствующих выступить, по существу, выпускной квалификационной работы. Выступления членов комиссии и присутствующих на защите (до 2-3 мин. на одного выступающего) в порядке свободной дискуссии и обмена мнениями не являются обязательным элементом процедуры, поэтому, в случае отсутствия желающих выступить, он может быть опущен.

После дискуссии по теме работы студент выступает с заключительным словом.

Этика защиты предписывает при этом выразить благодарность руководителю и рецензенту за проделанную работу, а также членам ГЭК и всем присутствующим за внимание.

3.4 Критерии оценки выпускной квалификационной работы

Результаты защиты ВКР определяются оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются **в день защиты**.

Решение об оценке принимается на закрытом заседании ГЭК по окончании процедуры защиты всех работ, намеченных на данное заседание. Для оценки ВКР государственная экзаменационная комиссия руководствуется следующими критериями:

- актуальность темы;
- научно-практическое значение темы;
- качество выполнения работы, включая демонстрационные и презентационные материалы;
- содержательность доклада и ответов на вопросы;
- умение представлять работу на защите, уровень речевой культуры.

Оценка **«отлично»** (5 баллов) выставляется за глубокое раскрытие темы, полное выполнение поставленных задач, логично изложенное содержание, качественное оформление работы, соответствующее требованиям локальных актов, высокую

содержательность доклада и демонстрационного материала, за развернутые и полные ответы на вопросы членов ГЭК;

Оценка **«хорошо»** (4 балла) – выставляется за полное раскрытие темы, хорошо проработанное содержание без значительных противоречий, в оформлении работы имеются незначительные отклонения от требований, высокую содержательность доклада и демонстрационного материала, за небольшие неточности при ответах на вопросы членов ГЭК.

Оценка **«удовлетворительно»** (3 балла) выставляется за неполное раскрытие темы, выводов и предложений, носящих общий характер, в оформлении работы имеются незначительные отклонения от требований, отсутствие наглядного представления работы и затруднения при ответах на вопросы членов ГЭК.

Оценка **«неудовлетворительно»** (2 балла) выставляется за частичное раскрытие темы, необоснованные выводы, за значительные отклонения от требований в оформлении и представлении работы, когда обучающийся допускает существенные ошибки при ответе на вопросы членов ГЭК.

Оценка **«неудовлетворительно»** (1 балл) выставляется за необоснованные выводы, за значительные отклонения от требований в оформлении и представлении работы, отсутствие наглядного представления работы, когда обучающийся не может ответить на вопросы членов ГЭК.

Оценки **«отлично»**, **«хорошо»**, **«удовлетворительно»** означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания, что является основанием для выдачи обучающемуся документа о высшем образовании и о квалификации образца, установленного Министерством образования и науки Российской Федерации.

Приложение 1

Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ

1. Автоматизация бизнес-процессов туристского предприятия
2. Анализ направлений участия российских туристских компаний в глобальных процессах формирования мирового рынка туруслуг
3. Анализ природного наследия города с целью разработки тематических экскурсий
4. Анализ рекреационного потенциала туристского района
5. Анализ состояния и тенденции развития рынка туристских услуг на региональном уровне
6. Анализ тенденций развития концепций маркетинга в сфере социально-культурного сервиса и туризма в условиях российского рынка
7. Анализ туристского потенциала Челябинской области
8. Взаимодействие предприятий туризма для продвижения территорий
9. Возможности адаптации и применения успешных мировых практик в сфере туризма на территории Челябинской области
10. Выставки-продажи как эффективный метод сбыта туристских услуг
11. Диверсификация туристической деятельности в условиях макроэкономической нестабильности
12. Индивидуальный брендинг как средство продвижения в профессиональной сфере
13. Интуиция как фактор принятия организационных решений в туризме
14. Исследование потенциала музеев как ресурса развития культурно-познавательного туризма в регионе
15. Исследование этнокультурных традиций как точки туристского интереса
16. Ключевые факторы успеха на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма
17. Комплексный экономический анализ деятельности туристской организации
18. Конфессиональный туризм как перспективный сегмент мирового туристского рынка
19. Корпоративная культура как условие повышения конкурентоспособности туристской организации
20. Меры поддержки субъектов туристской индустрии в субъектах Российской Федерации
21. Мониторинг и оптимизация финансово-экономических процессов на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма
22. Направления повышения качества автобусных туров
23. Направления повышения качества круизов
24. Направления совершенствования деятельности по формированию туров в туристском предприятии
25. Направления совершенствования процесса обслуживания в туристском предприятии
26. Обеспечение безопасности туристов на экскурсионных маршрутах
27. Обеспечение конкурентоспособности туристских услуг на основе их дифференциации
28. Особенности влияния социального имиджа страны на развитие индустрии туризма
29. Особенности запуска и развития инновационных компаний и стартапов в туристской деятельности
30. Эффективные формы управления современными предприятиями в туристской индустрии
31. Перспективы развития гастрономического туризма в Челябинской области
32. Перспективы развития сельского туризма в Челябинской области
33. Повышение инвестиционной привлекательности туристской дестинации
34. Повышение эффективности туристского предприятия путем совершенствования

коммуникации персонала

35. Предпосылки развития туристской инфраструктуры на удаленных территориях региона

36. Приоритетные направления развития туризма в регионе

37. Проблемы выбора программных продуктов для автоматизации деятельности турфирм

38. Проектирование городского туристского пространства

39. Проектирование культурно-познавательных программ с элементами анимации

40. Проектирование туристских программ на основе использования анимационных технологий

41. Проектирование туров на основе использования технологии инновационных предложений

42. Профессиональные выставки как элемент продвижения туристской организации на рынке

43. Пути совершенствования рынка лечебно-оздоровительного туризма в регионе

44. Развитие гастрономического туризма в регионе

45. Развитие горнолыжного туризма на основе исследования рынка региона

46. Развитие конгрессно-выставочной деятельности организации

47. Развитие культурно-познавательного туризма в современных условиях

48. Развитие молодёжного предпринимательства в сфере туризма

49. Развитие новых видов туризма в регионе

50. Развитие оперейтинга корпоративного туризма в турфирме

51. Развитие паломнического туризма в Уральском регионе.

52. Развитие персонала туристской организации

53. Развитие рынка туристических услуг региона

54. Развитие событийного туризма в регионе

55. Развитие современной туристской инфраструктуры в регионе

56. Развитие спортивного туризма в Уральском регионе.

57. Развитие туризма как фактор продвижения Челябинской области

58. Развитие экологического туризма в современных условиях

59. Развитие экологического туризма и формирование туристского продукта

60. Разработка брендовых туристских маршрутов

61. Разработка деловой программы событийного мероприятия

62. Разработка программ обслуживания корпоративных клиентов с использованием элементов анимации в современных условиях

63. Разработка программы культурно-познавательного тура в регионе

64. Этические проблемы в сфере туризма и пути их решения

65. Разработка программы по повышению эффективности рекламной деятельности туристского предприятия

66. Разработка программы повышения конкурентоспособности турагентства в современных условиях

67. Разработка программы развития сельского туризма в регионе

68. Разработка программы развития событийного туризма в регионе

69. Разработка программы стимулирования сбыта как условия повышения эффективности маркетинговой деятельности турфирмы

70. Разработка программы стимулирования сбыта туристских услуг

71. Разработка программы экологического туристского маршрута на основе анализа туристских ресурсов региона

72. Разработка рекламных материалов с целью продвижения туристского агентства

73. Разработка рекомендаций по изучению мотивации и потребительского поведения на предприятиях туризма

74. Разработка рекомендаций по обеспечению безопасности туристов

75. Разработка рекомендаций по применению клиентоориентированного подхода на предприятиях туризма
76. Разработка рекомендаций по продвижению туристских продуктов посредством коммуникаций в форумах и социальных блогах
77. Разработка рекомендаций по формированию взаимоотношений с клиентами предприятий
78. Разработка рекомендаций по формированию и применению программ лояльности клиентов в туризме
79. Разработка рекомендаций по формированию и развитию маршрутов массового самостоятельного туризма
80. Разработка рекомендаций по формированию программ развития музеев в городах России
81. Разработка технологий брендинга в туристском предприятии
82. Разработка туристских анимационных программ для школьников
83. Разработка туристских программ для детей на основе использования событийных мероприятий
84. Разработка турпродукта для туристов с ограниченными возможностями с использованием туристского потенциала региона
85. Рациональные и иррациональные аспекты поведения потребителя в индустрии туризма
86. Роль и специфика геоинформационных систем в туризме
87. Роль спортивных клубов в развитии детско-юношеского и молодежного туризма в регионе
88. Роль традиций в принятии управленческих решений в индустрии туризма
89. Сетевые формы предпринимательства в туристской индустрии
90. Событийное мероприятие как путь повышения туристской привлекательности региона
91. Событийный туризм в регионе
92. Событийный туризм как способ продвижения региона на рынке внутреннего туризма
93. Совершенствование ассортиментной политики туристской организации
94. Совершенствование деятельности по обслуживанию деловых туристов в гостиничном предприятии
95. Совершенствование мер государственной поддержки внутреннего туризма
96. Совершенствование организации технологических процессов в туристском предприятии
97. Совершенствование рекламной деятельности туроператора в современных условиях
98. Совершенствование рынка водных круизов региона и разработка нового туристского продукта
99. Совершенствование рынка культурно-познавательных услуг региона и разработка нового туристского продукта
100. Совершенствование рынка лечебно-оздоровительных услуг региона и разработка нового туристского продукта
101. Совершенствование рынка паломнических услуг региона и разработка нового туристского продукта
102. Совершенствование туристского потенциала региона и разработка нового туристского продукта
103. Современные подходы к формированию и продажам турпродукта на основе использования современных информационных технологий
104. Современные проблемы управления российским туризмом на региональном уровне
105. Современные формы малого предпринимательства в туризме

- 106. Современные формы продвижения в туризме
- 107. Социально-психологические аспекты управления в туризме
- 108. Технологии управления проектами в туризме
- 109. Увеличение сбыта туристских услуг на основе франчайзинга
- 110. Управление клиентским опытом в индустрии туризма
- 111. Формирование имиджа туристского предприятия средствами PR-технологий и рекламы
- 112. Формирование индивидуального бренда туристской организации
- 113. Формирование туристско-рекреационных кластеров в регионе
- 114. Франчайзинг как стратегия развития компании в индустрии туризма
- 115. Анализ страховых продуктов в индустрии туризма
- 116. Эффективность рекламы в сфере туризма