



Принято:
Ученым советом ФГБОУ ВО
«РГУТИС»

Утверждаю:
ректор

Протокол № 1 от «31» августа 2017 г.

А.А. Федулин

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

основой образовательной программы
высшего образования – программы академического бакалавриата
по направлению подготовки: 43.03.02 «Туризм»
направленность (профиль): «Проектирование в туризме»
Квалификация: бакалавр

Разработчики:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
Земан Александровна Докладчик		Канд. ред. наук, доцент Земан Александровна Е.С.
Профессор кафедры бизнес-технологий и туризма и гостеприимства		д.г.н., доцент Афанасьев О.Е.
Профессор кафедры бизнес-технологий и туризма и гостеприимства		д.г.н., доцент Саранча М.А.

Фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации согласован и одобрен директором ООП:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
профессор кафедры бизнес-технологий и туризма и гостеприимства		д.г.н., доцент Саранча М.А.

Фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации утверждена Ученым советом факультета:

наименование факультета	номер и дата протокола
факультет туризма и гостеприимства	№ 19 от 29 августа 2017 года





Содержание

1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы.....	3
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.....	7
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения основной образовательной программы.....	9
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.....	30



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

№ пп	Индекс компетенции	Содержание компетенции		
		знания	умения	навыки
1.	ОК-1 - способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности	<ul style="list-style-type: none">- основы философии туризма;- главные этапы и закономерности исторического развития туризма	<ul style="list-style-type: none">- анализировать исторический контекст в ракурсе профессиональной туристской деятельности;- пользоваться философскими знаниями в профессиональной деятельности в туризме	<ul style="list-style-type: none">- философского и исторического осмысления социальной значимости своей деятельности
2.	ОК-2 - способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	<ul style="list-style-type: none">- предмет, методы, структуру экономической науки;- роль и место предпринимательства в экономике туризма;- содержание и методология предпринимательской деятельности;- основные понятия и категории, законы и закономерности функционирования туристской экономики;- механизм функционирования рыночной туристской экономики;- основы деятельности предприятий туристической индустрии в условиях рыночных отношений- экономическую базу профессиональной деятельности в сфере туризма	<ul style="list-style-type: none">- применять знания понятийного аппарата и основных законов, закономерностей экономики в профессиональной деятельности;- рассчитывать затраты на проектирование и реализацию турпродукта и услуг;- оценивать эффективность своей профессиональной деятельности в туристской сфере	<ul style="list-style-type: none">- современными методами сбора, обработки и анализа показателей экономической деятельности в профессиональной деятельности в туристской сфере
3.	ОК-3 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и	<ul style="list-style-type: none">правила и законы делового общения;стратегии и тактики речевого общения,стратегии управления конфликтами, принципы командной работы;	<ul style="list-style-type: none">эффективно использовать речевые тактики;убеждать собеседника и достигать намеченной	<ul style="list-style-type: none">- профессиональной речью/ навыками квалифицированного устного выступления и диалогической речи делового характера;

	межкультурного взаимодействия	<p>характерные особенности национального делового общения представителей разных культур;</p> <p>- нормы этики и речевого этикета; правила и нормы речевого воздействия и психологического восприятия в речевом общении;</p> <p>- Принципы клиент-ориентированной коммуникации, потребности потребителей туристских услуг, типологию потребителей туристских услуг</p>	<p>коммуникативной цели;</p> <p>- системно анализировать конфликтную ситуацию</p> <p>- Снять эмоциональное напряжение с себя и собеседника</p> <p>- принимать и выполнять командные роли в полной мере учитывать личность партнера по общению или слушающую аудиторию;</p> <p>- сравнивать родную культуру с другими культурами, распознавать и преодолевать стереотипы</p>	<p>- навыками классификации различных типов культур;</p> <p>- навыками управления стрессом, снятия эмоционального напряжения с собеседника, навыком целеполагания.</p> <p>- отличать факт от своего отношения к нему (критическое мышление)</p>
4.	ОК-4 - способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p>- социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> <p>- основы управления персоналом</p> <p>- основы организации профдеятельности в коллективе</p> <p>- социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</p>	<p>- работать в команде</p> <p>- организовывать работу исполнителей</p> <p>- учитывать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия сотрудников и клиентов.</p>	<p>- навыками межличностного общения</p> <p>- методами организации работы исполнителей</p>
5.	ОК-5 - способностью к самоорганизации и самообразованию	<p>- Методы и подходы самоорганизации в профессиональной и образовательной деятельности</p>	<p>- Самоорганизовываться для решения профессиональных задач;</p> <p>- Самообучаться по возникающим актуальным задачам в профессиональной деятельности</p>	<p>- Навыками работы с источниками профессиональной информации</p>
6.	ОК-6 - способностью использовать общеправовые знания	<p>- Основы права в области туристской деятельности</p>	<p>- Правовыми знаниями в процессе профессиональной</p>	<p>- Навыками работы с нормативно-правовой информацией</p>



	в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права	- направления регулирования туристской деятельности государством, в т.ч. нормативную базу РФ	деятельности в туристской сфере	
7.	ОК-7 - способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, пропаганды активного долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний	- знать методы и подходы поддержки должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, пропаганды активного долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний	- пользоваться методами и подходами поддержки должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, пропаганды активного долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний	- навыки поддержки должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, пропаганды активного долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний
8.	ОК-8 - готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	- основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий - источники возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий - последствия аварий, катастроф, стихийных бедствий	- пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	- использования источников информации о возможных и актуальных авариях, катастрофах, стихийных бедствиях
9.	ОПК-1 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники	-Основные источники профессиональной информации; -Информационно-коммуникационные технологии в сфере профессиональной деятельности - требования информационной безопасности и средства ее обеспечения в информационно-коммуникационных технологиях, содержание стандартных задач профессиональной	-Пользоваться источниками профессиональной информации; -Пользоваться информационно-коммуникационными технологиями в сфере профессиональной деятельности -применять методы и средства познания для повышения уровня профессиональной компетентности	-Навыками работы с источниками информации, информационно-коммуникационными технологиями -формировать информационное обеспечение своей профессиональной деятельности и работ по решению стандартных задач в рамках информационно-коммуникационных технологий при соблюдении правил информационной и



	информации по объекту туристского продукта	деятельности и подходы к их решению - Демонстрировать знание и понимание содержания научных, научно-справочных, статистических данных		библиографической культуры и требований информационной безопасности - Владеть навыками самостоятельного поиска источников дополнительных знаний и умений по вопросам, связанным с решением профзадач.
10.	ОПК-2 - способностью к разработке туристского продукта	- Понятия, критерии, факторы, подходы и методы разработки туристского продукта - современную ситуацию и тенденции в сфере разработки туристского продукта -технологию и организацию обслуживания потребителей и (или) туристов	- разрабатывать туристский продукт и услуги; -формировать ассортимент туристской продукции отталкиваясь от современных реалий -организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов	-навыками проектирования турпродукта и услуг -методами разработки турпродукта и услуг -методами обслуживания потребителей и (или) туристов
11.	ОПК-3 - способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов	- теоретические и практические основы организации процесса обслуживания потребителей и (или) туристов	- организовывать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов	- технологиями и методами обслуживания потребителей и (или) туристов
12.	ПК-1 - владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме	- теоретические основы проектирования; - основные методы проектирования в туризме	- использовать теоретические основы проектирования в туризме в профессиональной деятельности	- навыками использования основных методов проектирования в туризме
13.	ПК-2 - способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме;	-теоретические и методологические основы обработки и интерпретации информации с использованием базовых знаний математики и информатики, необходимой для осуществления проектной деятельности в туризме	- обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме	- навыками использования математического и информационно-технологического аппарата для осуществления проектной деятельности в туризме
14.	ПК-3 - готовностью к реализации проектов в туристской индустрии	- теорию и методологию реализации проектов в туристской индустрии	- организовывать процесс реализации проектов в туристской индустрии	- навыками реализации проектов в туристской индустрии
15.	ПК-6 - способностью	- источники (в т.ч. их	- собирать и	- навыками работы с



	находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности	особенности) научно-технической информации в области туристской деятельности; - основы теории и методологии сбора и обработки научно-технической информации в области туристской деятельности	обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности	источниками научно-технической информации в области туристской деятельности
16.	ПК-7 - Способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг;	-теорию и методологию мониторинга рынка туристских услуг	- использовать основные методы мониторинга рынка туристских услуг	- навыками поиска информации
17.	ПК-8 - готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме	- прикладные методы исследовательской деятельности в туризме; - особенности и области применения прикладных методов исследовательской деятельности в туризме; - теоретические и методологические основы применения прикладных методов исследовательской деятельности в туризме	- применять прикладные методы исследовательской деятельности в туризме;	- навыками ориентирования в прикладных методах исследовательской деятельности в туризме
18.	ПК-9 - готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов	-инновационные технологии в туристской деятельности - направления и способы внедрения инновационных технологий в туристской деятельности - современные и перспективные формы обслуживания потребителей и (или) туристов.	-применять инновационных технологий в туристской деятельности - использовать новые формы обслуживания потребителей и (или) туристов в практике	-методами применения инновационных технологий

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

№ пп	Индекс компетенции	Содержание компетенции	Показатель оценивания компетенции	Критерий оценивания	Шкала оценивания
1	ОК-1	способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная



		для осознания социальной значимости своей деятельности			
2	ОК-2	способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
3	ОК-3	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
4	ОК-4	способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
5	ОК-5	способностью к самоорганизации и самообразованию	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
6	ОК-6	способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
7	ОК-7	способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, пропаганды активного долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
8	ОК-8	готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная



9	ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
10	ОПК-2	способностью к разработке туристского продукта	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
11	ОПК-3	способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
12	ПК-1	владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
13	ПК-2	способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме;	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
14	ПК-3	готовностью к реализации проектов в туристской индустрии	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
15	ПК-6	способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
14	ПК-7	Способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг;	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
16	ПК-8	готовностью к	знает/не знает	уровень	пятибалльная



		применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме		умений/владения, уровень и глубина знаний	
17	ПК-9	готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов	знает/не знает	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная

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

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

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

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

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

3.1. Выпускная квалификационная работа

3.1.1. Перечень тем для выпускной квалификационной работы

1. Анализ инноваций в индустрии туризма: информационный аспект.
2. Анализ инноваций в индустрии туризма: организационно-технологический аспект.
3. Анализ конкурентной среды рынка услуг внутреннего туризма (на примере одного из регионов РФ, муниципального образования РФ).
4. Анализ мировых практик функционирования туристских информационных центров и обоснование оптимальной модели работы подобного предприятия для региона (муниципального образования) РФ.
5. Анализ перспектив развития вида туризма (указать конкретный вид) в пределах административного образования Московской области (другого региона или муниципалитета РФ).
6. Анализ перспектив развития систем бронирования и резервирования туристического продукта.



7. Анализ ресурсного обеспечения видов туризма (на примере конкретного вида туризма в субъекте/муниципальном образовании РФ).
8. Выявление потенциального спроса потребителей российского рынка на туристские путешествия (на примере конкретной туристской дестинации).
9. Изучение опыта создания и функционирования необычных / нестандартных объектов туристской инфраструктуры (отелей, ресторанов и др.).
10. Изучение потребностей регионального рынка труда в специалистах сферы туризма и гостеприимства.
11. Использование технологий web-дизайна для визуализации туристской информации.
12. Использование технологий инфографики для визуализации туристской информации.
13. Исследование когнитивных туристских образов страны (региона, туристской дестинации).
14. Исследование перспектив ребрендинга туристской дестинации (региона), отстающей в темпах туристско-рекреационного развития.
15. Исследование рынка экскурсионно-туристских предложений турфирм города или региона.
16. Исследование системы коллективных средств размещения (или предприятий общественного питания) территории и оценка перспектив ее использования для развития различных видов туризма.
17. Исследование собирательного образа внутреннего туриста – посетителя российского региона (города, туристской дестинации).
18. Исследование собирательного образа российского туриста – посетителя Норвегии (Германии, Франции, Китая, Италии и иной страны).
19. Оценка туристского потенциала ресурсов и объектов.
20. Оценка туристской конкурентоспособности субъектов и объектов.
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 региона: 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 и программ 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. Сакральный (религиозный) туризм в регионах РФ.
107. Скансены как перспективная форма туристской и музейной работы для России и регионов.
108. Событийный (спортивный, фестивальныи, музейный и т.п.) туризм в мире.
109. Создание информационной базы данных туристских маршрутов региона (муниципального образования).
110. Составление базы данных международных туристских организаций (учебных, научных общественных).
111. Составление справочника туристских маршрутов по территории административного образования (туристско-рекреационного района) Московской области.
112. Сотрудничество власти и бизнеса в развитии делового, сельского, гастрономического, событийного и иных видов туризма.
113. Социологическое исследование туристского образа страны (региона, города, дестинации).
114. Социологическое исследование туристского перцепционного портрета территории (региона, страны, группы стран и т.п.).
115. Сравнительный анализ программ развития турдестинаций: мировой опыт.
116. Тематические парки в туризме и перспективы их организации в Центральной России.
117. Технологии и практики туристского регионального дизайна.
118. Типизация и разработка классификаторов платных услуг в сфере туризма.
119. Туристские информационные системы как новая модель туристского бизнеса.
120. Туристские ресурсы и сфера гостеприимства в Крымском федеральном округе.
121. Туристско-рекреационные ресурсы отдельных районов и регионов мира.
122. Формирование программ развития туризма в малых городах России.
123. Формирование стратегии развития туристского предприятия.
124. Функциональное зонирование действующих и перспективных туристско-рекреационных территорий – национальных парков, историко-культурных заповедников, региональных парков и т.п.
125. Характеристика состояния и тенденций развития отдельных видов туризма по регионам РФ.
126. Экономико-территориальный анализ развития тематических парков в мире и перспектив их развития в России.
127. Туристское районирования и зонирование территорий
128. Разработка проекта туристского объекта на базе экономики впечатлений.
129. Разработка туров на базе экономики впечатлений.
130. Разработка туристского путеводителя/буклета.
131. Разработка инструментария для автоматического подбора туристских продуктов.
132. Разработка мобильных туристских путеводителей.

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 туристической 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).
44. *Другие темы, интересующие заказчика.*

Сформулированные примерные темы ВКР могут быть реализованы на примере:

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

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



Код компетенции	Содержание компетенции	Совокупность заданий ВКР			
		Теоретическая часть	Аналитическая часть	Практическая часть	Защита ВКР
1	2	3			
Общекультурные компетенции (ОК)					
ОК-1	способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности	+	+		
ОК-2	способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	+	+	+	
ОК-3	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	+	+	+	+
ОК-4	способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	+	+	+	+
ОК-5	способностью к самоорганизации и самообразованию	+	+	+	+
ОК-6	способностью использовать общеправовые знания в	+		+	



	различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права				
ОК-7	способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, пропаганды активного долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний	+		+	
ОК-8	готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	+		+	
ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники	+	+	+	+



	информации по объекту туристского продукта				
ОПК-2	способностью к разработке туристского продукта	+	+	+	
ОПК-3	способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов	+	+	+	
ПК-1	владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме				
ПК-2	способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме;		+	+	
ПК-3	готовностью к реализации проектов в туристской индустрии				
ПК-6	способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности				
ПК-7	Способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг;	+		+	
ПК-8	готовностью к применению				



	прикладных методов исследовательской деятельности в туризме				
ПК-9	готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов	+	+	+	

3.2. Государственный экзамен

3.2.1. Перечень примерных вопросов и заданий государственного экзамена

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

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



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

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



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

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



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



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

3.2.2. Содержание государственного экзамена и его соотнесение с совокупным ожидаемым результатом освоения основной образовательной программы:

Соотношение экзаменационных вопросов с компетенциями, как результатом освоения программы членами комиссии ГЭК оцениваются по четырехбалльной шкале согласно критериям, представленным под таблицей, в случае актуальности конкретной компетенции в конкретном экзаменационном вопросе.



Код компетенции	Содержание компетенции	Совокупность вопросов и заданий государственного экзамена			
		Вопр. 1	Вопр. 2	Вопр. 3	Вопр. 4
ОК-1	способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .
ОК-2	способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .
ОК-3	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .
ОК-4	способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .
ОК-5	способностью к самоорганизации и самообразованию	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .
ОК-6	способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .	отлично / хорошо / удовл./неудовл .



	социальной политики государства, международного и российского права				
ОК-7	способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, пропаганды активного долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл
ОК-8	готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл
ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл



	продукта				
ОПК-2	способностью к разработке туристского продукта	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл
ОПК-3	способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл
ПК-1	владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл
ПК-2	способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл
ПК-3	готовностью к реализации проектов в туристской индустрии	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл
ПК-6	способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл
ПК-7	способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл
ПК-8	готовностью к применению прикладных методов исследовательской	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл



	деятельности в туризме				
ПК-9	готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл	отлично / хорошо / удовл./неудовл

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

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

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

Оценка «неудовлетворительно» – неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов, грубые ошибки в ответе, непонимание сущности излагаемых вопросов; неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.

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

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

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

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

При оценивании учитываются 5 равновесных модульных параметров:

- ✓ 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	5
		1.2. Работа носит содержит новые результаты, исследовательский характер	8
		1.3. Работа обладает научной и практической новизной	10
2	Актуальность темы	2.1. Актуальность исследования обоснована неубедительно, общими, декларативными утверждениями. Анализ степени изученности заменен перечислением научных публикаций	5
		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	8
		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	10
3	Соблюдение учебно-тематического	3.1. Существенные отклонения	3



	рейтинг-плана выполнения работы	от установленных сроков	
		3.2. Незначительные отклонения от установленных сроков	8
		3.3. Полное соблюдение установленных сроков	10
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			5
В основном удовлетворяет требованию			8
Полностью удовлетворяет требованию			10
5	Качество оформления работы	5.1. Существенные отклонения от принятых стандартов	4
		5.2. Незначительные отклонения от принятых стандартов	8
		5.3. Полное соответствие стандартам	10



6	Используемые методики и инструменты исследования	6.1. Использование традиционных методик и инструментов известных авторов	3	
		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	5	
		7.2. Полученные результаты могут использоваться в производстве и/или при обучении трудовым навыкам	10	
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			5	
В основном удовлетворяет требованию			8	
Полностью удовлетворяет требованию			10	
9	Ответы на вопросы членов ГЭК		-	
	Значительные затруднения при ответах		3	
	Относительно полные и исчерпывающие ответы		8	
	Ответы полные, исчерпывающие		10	
10	Общее впечатление (оценка)			
	Неудовлетворительное		1	
	Удовлетворительное		6	
	Хорошее		8	
	Отличное		10	
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.

4.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов государственного экзамена

Для оценки достижений обучающихся используется балльно-рейтинговая технология. Рейтинговая оценка студентов по дисциплине определяется по 100-балльной шкале. Распределение баллов рейтинговой оценки между экзаменационными вопросами устанавливается в следующем соотношении:

1 вопрос (max 25 баллов)	
2 вопрос (max 25 баллов)	
3 вопрос (max 25 баллов)	max
4 вопрос (max 25 баллов)	100 баллов

Каждый член комиссии ГЭК после ответа студента выставляет по соответствующим пунктам 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 усредненная оценка между всеми членами комиссии и определяется ее итоговое значение для конкретного экзаменуемого.

Перевод рейтинговых баллов в итоговую 4-х балльную шкалу оценки осуществляется в соответствии с таблицей:

Баллы	Итоговая оценка
90-100*	5 (отлично)
71-89*	4 (хорошо)
51-70*	3 (удовлетворительно)
51 и менее	2 (неудовлетворительно)