

**Содержание**

[1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы 3](#_Toc428779285)

[2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания](#_Toc428779286) 6

[3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения основной образовательной программы.](#_Toc428779287) 9

[4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.](#_Toc428779288) 28

#

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №пп | Индекс компетенции | Содержание компетенции  |
| знания | умения | навыки |
|  | ОК-1 - способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности | - основы философии туризма;- главные этапы и закономерности исторического развития туризма | - анализировать исторический контекст в ракурсе профессиональной туристской деятельности;- пользоваться философскими знаниями в профессиональной деятельности в туризме | - философского и исторического осмысления социальной значимости своей деятельности |
|  | ОК-2 - способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах | - 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 | -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 | - сбора, обработки и анализа показателей экономической деятельности в профессиональной деятельности в туристской сфере |
|  | ОК-3 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия | правила и законы делового общения; стратегии и тактики речевого общения, стратегии управления конфликтами, принципы командной работы; характерные особенности национального делового общения представителей разных культур;- нормы этики и речевого этикета; правила и нормы речевого воздействия и психологического восприятия в речевом общении;- принципы клиент-ориентированной коммуникации, потребности потребителей туристских услуг, типологию потребителей туристских услуг | эффективно использовать речевые тактики;убеждать собеседника и достигать намеченной коммуникативной цели; -системно анализировать конфликтную ситуацию- снять эмоциональное напряжение с себя и собеседника-принимать и выполнять командные ролив полной мере учитывать личность партнера по общению или слушающую аудиторию; | -профессиональной речи/ навыками квалифицированного устного выступления и диалогической речи делового характера;- классификации различных типов культур;- межличностного общения- управления стрессом, снятия эмоционального напряжения с собеседника, навыком целеполагания.- отличать факт от своего отношения к нему (критическое мышление) |
|  | ОК-4 - способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | - социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия- основы управления персоналом- основы организации профдеятельности в коллективе | - работать в команде;- выполнять возложенные функциональные роли в профессиональном коллективе;-организовывать работу исполнителей- учитывать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия сотрудников и клиентов;- сравнивать родную культуру с другими культурами, распознавать и преодолевать стереотипы. | - выполнения профессиональных задач в коллективе в качестве исполнителя;- организации работы исполнителей |
|  | ОК-5 - способностью к самоорганизации и самообразованию | -методы и подходы самоорганизации в профессиональной и образовательной деятельности | - самоорганизоваться для решения профессиональных задач;-самообучаться по возникающим актуальным задачам в профессиональной деятельности | - работы с источниками профессиональной информации |
|  | ОК-6 - способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права | -основы права в области туристской деятельности- направления регулирования туристской деятельности государством, в.т.ч. нормативную базу рф | -правовыми знаниями в процессе профессиональной деятельности в туристской сфере | - работы с нормативно-правовой информацией |
|  | 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 | - поддержки должного уровня 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 | - 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 |
|  | 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 | -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 деятельности и подходы к их решению- демонстрировать знание и понимание содержания научных, научно-справочных, статистических данных | -пользоваться источниками профессиональной информации;-пользоваться информационно-коммуникационными технологиями в сфере профессиональной деятельности-применять методы и средства познания для повышения уровня профессиональной компетентности | - работы с источниками информации, информационно-коммуникационными технологиями- информационного обеспечение своей профессиональной деятельности и работ по решению стандартных задач в рамках информационно-коммуникационных технологий при соблюдении правил информационной и библиографической культуры и требований информационной безопасности- самостоятельного поиска источников дополнительных знаний и умений по вопросам, связанным с решением профзадач. |
|  | 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 | - проектирования турпродукта и услуг- разработки турпродукта и услуг- обслуживания потребителей и (или) туристов |
|  | 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 |
|  | ПК-1 - владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме | теоретические основы проектирования, в том числе в туризме | применять основные методы проектирования в туризме | навыками применения основных методы проектирования в туризме |
|  | ПК-2 - способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме |  базовые математические и информационные методы обработки данных, необходимые 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 обработки и интерпретации с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме |
|  | ПК-3 - готовностью к реализации проектов в туристской индустрии | принципы реализации проектов в туристской индустрии | решать задачи по реализации проектов в туристской индустрии | участия в реализации проектов в туристской индустрии |
|  | ПК-6 - способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристкой деятельности | методы поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области туристкой деятельности | находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристкой деятельности | поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области туристкой деятельности |
|  | ПК-7 - способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг | методы мониторинга рынка туристских услуг | проводить мониторинга рынка туристских услуг | мониторинга рынка туристских услуг |
|  | ПК-8 - готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме | прикладные методы исследовательской деятельности в туризме | проводить прикладные исследования в туризме | Проведения прикладных исследований в туризме |
|  | ПК-9 - готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов | новые формы обслуживания потребителей и (или) туристов и инновационные технологии в туристской деятельности | применять новые формы обслуживания потребителей и (или) туристов и инновационные технологии в туристской деятельности | применения новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов и инновационных технологий в туристской деятельности |

#  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 для осознания социальной значимости своей деятельности | знает/не знаетумеет/ не умеет | уровень умений/владения, уровень и глубина знаний | пятибалльная |
| 2 | ОК-2 | способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах | знает/не знаетумеет/не умеет | 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 знаетумеет/не умеет | 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 знаетумеет/не умеет | уровень умений/владения, уровень и глубина знаний | пятибалльная |
| 5 | ОК-5 | способностью к самоорганизации и самообразованию | знает/не знаетумеет/не умеет | 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 знаетвладеет/не владеет | 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 знаетумеет/не умеет | 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 знаетвладеет/не владеет | 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 знаетумеет/не умеет | уровень умений/владения, уровень и глубина знаний | пятибалльная |
| 10 | ОПК-2 | способностью к разработке туристского продукта | знает/не знаетумеет/не умеет | уровень умений/владения, уровень и глубина знаний | пятибалльная |
| 11 | ОПК-3 | способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов | знает/не знаетумеет/не умеет | 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 знаетвладеет/не владеет | 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 знаетумеет/не умеет | уровень умений/владения, уровень и глубина знаний | пятибалльная |
| 14 | ПК-3 | готовностью к реализации проектов в туристской индустрии | знает/не знаетумеет/не умеет | уровень умений/владения, уровень и глубина знаний | пятибалльная |
| 15 | ПК-6 | способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристкой деятельности | знает/не знаетумеет/не умеет | уровень умений/владения, уровень и глубина знаний | пятибалльная |
| 16 | ПК-7 | способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг | знает/не знаетвладеет/не владеет | уровень умений/владения, уровень и глубина знаний | пятибалльная |
| 17 | ПК-8 | готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме | знает/не знаетвладеет/не владеет | уровень умений/владения, уровень и глубина знаний | пятибалльная |
| 18 | ПК-9 | готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов | знает/не знаетвладеет/не владеет | 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.

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

3.1. Выпускная квалификационная работа- Бакалаврская работа

**3.1.1. Перечень тем для выпускной квалификационной работы**

1. Исследование инноваций в индустрии туризма: информационный аспект.
2. Исследование инноваций в индустрии туризма: организационно-технологический аспект.
3. Исследование конкурентной среды рынка услуг внутреннего туризма (на примере одного из регионов РФ, муниципального образования РФ).
4. Исследование мировых/российских практик функционирования туристских информационных центров и обоснование оптимальной модели работы подобного предприятия для региона (муниципального образования) РФ.
5. Исследование перспектив развития систем бронирования и резервирования туристического продукта.
6. Исследование ресурсного обеспечения видов туризма (на примере конкретного вида туризма в субъекте/муниципальном образования РФ).
7. Выявление потенциального спроса потребителей российского рынка на туристские путешествия (на примере конкретной туристской дестинации).
8. Изучение опыта создания и функционирования необычных / нестандартных объектов туристской инфраструктуры (отелей, ресторанов и др.).
9. Изучение потребностей регионального рынка труда в специалистах сферы туризма и гостеприимства.
10. Использование технологий web-дизайна для визуализации туристской информации.
11. Использование технологий инфографики для визуализации туристской информации.
12. Исследование когнитивных туристских образов страны (региона, туристской дестинации).
13. Исследование перспектив ребрендинга туристской дестинации (региона), отстающей в темпах туристско-рекреационного развития.
14. Исследование рынка экскурсионно-туристских предложений турфирм города или региона.
15. Исследование системы коллективных средств размещения (или предприятий общественного питания) территории и оценка перспектив ее использования для развития различных видов туризма.
16. Исследование собирательного образа внутреннего туриста – посетителя российского региона (города, туристской дестинации).
17. Исследование собирательного образа российского туриста – посетителя Норвегии (Германии, Франции, Китая, Италии и иной страны).
18. Оценка туристского потенциала ресурсов и объектов дестинации.
19. Оценка конкурентоспособности субъектов туристской деятельности.
20. Сравнительная характеристика туристских кластеров РФ (по субъектам, федеральным округам, муниципальным образованиям).
21. Оценка эффективности функционирования туристских кластеров РФ (по субъектам, федеральным округам, муниципальным образованиям).
22. Исследование когнитивно-атрактивных туристских образов стран и регионов мира.
23. Контент-анализ туристского информационного пространства по профильным российским научным периодическим изданиям.
24. Контент-анализ туристского информационного пространства по профильным зарубежным (по выбору) научным периодическим изданиям.
25. Исследование культурно-исторического туристского пространства как фактора сохранения культурного наследия в регионах РФ.
26. Туристский маркетинг регионов, городов и стран (логотипы, образы, имидж, бренд, перцепция территории).
27. Маркетинговое исследование туристской дестинации (на примере конкретной дестинации туризма в РФ)
28. Народные промыслы региона: каталогизация, разработка пакетных туристских предложений, справочно-информационной продукции.
29. Обоснование выбора и состава туристских объектов-ресурсов, используемых при формировании и проведении туристских программ (выбранного вида туризма).
30. Определение и каталогизация рекреационных ресурсов регионов России.
31. Определение состава туристских ресурсов для оценки перспектив развития (выбранного) вида туризма.
32. Определение состава экскурсионных туристских ресурсов в целях формирования событийных, религиозных, этнографических или иных тематических туров (на примере конкретной туристской дестинации).
33. Организация и/или анализ опыта функционирования тематических парков в мире/в России (на примере конкретного парка).
34. Организация и/или анализ проведения туристических выставок в России (на примере конкретной выставки).
35. Оценка рекреационного качества территории регионов РФ и стран СНГ (на примере конкретной территории).
36. Перспективы развития «он-лайн» – туроператоров на Российском рынке туристского предложения (на примере конкретного/конкретных оператора/операторов).
37. Проблемы и перспективы развития электронного туризма в РФ.
38. Проблемы развития въездного туризма в регионах России (на примере конкретной страны-донора либо туристской территории РФ).
39. Проектирование видов и объемов необходимого ресурсного обеспечения развития туризма в регионе (муниципальном образовании) (кадровых, организационных, материально-технических, финансовых др.).
40. Проектирование городского туристского пространства (на примере города РФ).
41. Развитие классических теорий мотивации на примере туристской деятельности.
42. Разработка атласа экскурсионных маршрутов региона РФ (муниципального образования РФ).
43. Разработка виртуального туристского продукта.
44. Разработка и формирование туристского брендбука субъекта, федерального округа, муниципального образования.
45. Разработка комплекса мер по организации экскурсионных и туристских поездок учащихся образовательных учреждений разного уровня и профиля.
46. Разработка контента к проекту «Живая карта России» (по субъектам, федеральным округам РФ).
47. Систематизация и паспортизации туристских ресурсов и туристских объектов муниципальных образований.
48. Разработка модели размещения кемпингов для автотуристов (на примере туристской дестинации РФ).
49. Исследование потребительских предпочтений автотуристов на примере регионов РФ.
50. Разработка концепта туристского кластера на территории.
51. Разработка системы навигации и ориентирующей информации для туристов.
52. Разработка предложений по развитию социального туризма в РФ.
53. Разработка программы туристских услуг для людей (детей) с ограниченными физиологическими возможностями (по видам заболеваний).
54. Разработка регионального перцепционного портрета, образа туристской территории (РФ).
55. Исследование мотивации и потребительского поведения туриста.
56. Исследование туристского пространства территории регионального уровня.
57. Разработка рекомендаций по изучению, диагностике и оценке атрактивности новых туристских ресурсов региона.
58. Разработка рекомендаций по информационному обеспечению городского туризма на основе разработки (внедрения) Программы «Карта Гостя» (на примере региона)
59. Разработка рекомендаций по обеспечению безопасности туристской деятельности в России и регионах.
60. Разработка рекомендаций по оптимизации мер обеспечения безопасности туристов.
61. Разработка рекомендаций по организации (совершенствованию) системы подготовки персонала для проведения крупномасштабных международных мероприятий.
62. Разработка рекомендаций по применению клиентоориентированного подхода на предприятиях туризма (на примере конкретного предприятия).
63. Разработка рекомендаций по применению электронной коммерции (электронных продаж) в индустрии туризма
64. Разработка рекомендаций по продвижению туристских продуктов посредством коммуникаций в форумах и социальных блогах.
65. Разработка рекомендаций по развитию MICE–индустрии региона (муниципального образования) России.
66. Разработка рекомендаций по развитию системы франчайзинга в индустрии туризма.
67. Разработка рекомендаций по совершенствованию проектирования бизнес-процессов на предприятиях туристской индустрии (на примере конкретного предприятия).
68. Разработка рекомендаций по развитию отдельных видов туризма (сельского, гастрономического, круизного или другого вида туризма) туризма в регионе (на примере конкретного региона).
69. Проектирование сервисных зон обслуживания туристов/автотуристов/мототуристов регионе (на примере конкретного региона).
70. Разработка рекомендаций по формированию и применению программ лояльности клиентов на предприятиях туризма (на примере конкретного предприятия/предприятий).
71. Разработка рекомендаций по формированию и развитию маршрутов массового самодеятельного туризма региона (муниципального образования) РФ.
72. Разработка рекомендаций по формированию коммуникативной политики региона, направленной на поиск узнаваемого символа территориального туристского продукта.
73. 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.
74. Разработка рекомендаций по формированию корпоративных программ на предприятиях туризма.
75. Разработка рекомендаций по формированию креативной концепции предприятий туризма.
76. Разработка рекомендаций по формированию программ развития малых и/или частных музеев в городах России.
77. Разработка рекомендаций по формированию системы управления взаимоотношениями с клиентами предприятий туризма (на примере конкретного предприятия туризма).
78. Разработка рекомендаций по формированию стратегии инновационного развития предприятий индустрии туризма.
79. Разработка рекомендаций по формированию устойчивого развития автотуризма в ФО и/или субъектах РФ (на конкретном примере).
80. Разработка социальных программ на предприятиях туризма.
81. Разработка стандартов гостеприимства (атмосферы гостеприимства), направленных на совершенствование качества и безопасности туризма и создание благоприятных условий для развития туристской индустрии в регионе.
82. Разработка тематической карты туристских объектов и ресурсов региона (муниципального образования).
83. Разработка туристического справочника по специализированным турам в России по регионам (лечебным, экстремальным, гастрономическим и т.п.).
84. Разработка концепта туристского брендбука для региона (города, муниципального образования, дестинации).
85. Разработка туристского маршрута автотуриста/мототуриста в Федеральном округе/субъекте Федерации РФ (на примере……).
86. Разработка туристского справочника-путеводителя по территории административного образования субъекта Федерации.
87. Разработка экскурсионных маршрутов и программ отдельных регионов России.
88. Рекреационное туристское пространство как фактор развития курортного продукта в России (на примере конкретной туристской дестинации).
89. Репутация туристского предприятия как фактор его эффективного функционирования и развития (на примере конкретного туристского предприятия).
90. Ресурсное обоснование туристских экскурсионных маршрутов, организации туризма в национальных парках, музеях и иных учреждениях.
91. Сакральный (религиозный) туризм в регионах РФ.
92. Скансены как перспективная форма туристской и музейной работы для России и регионов.
93. Событийный (спортивный, фестивальный, музейный и т.п.) туризм в мире/России.
94. Создание информационной базы данных туристских маршрутов региона (муниципального образования).
95. Составление справочника туристских маршрутов по территории административного образования (туристско-рекреационного района) субъекта Федерации.
96. Государственно-частное партнерство в развитии делового, сельского, гастрономического, событийного и иных видов туризма.
97. Социологическое исследование туристского образа страны (региона, города, дестинации).
98. Социологическое исследование туристского перцепционного портрета территории (региона, страны, группы стран и т.п.).
99. Сравнительный анализ программ развития турдестинаций: мировой опыт.
100. Тематические парки в туризме и перспективы их организации в РФ.
101. Туристские информационные системы как новая модель туристского бизнеса.
102. Туристско-рекреационные ресурсы отдельных районов и регионов мира.
103. Формирование программ развития туризма в малых городах России.
104. Формирование стратегии развития туристского предприятия.
105. Функциональное зонирование действующих и перспективных туристско-рекреационных территорий – национальных парков, историко-культурных заповедников, региональных парков и т.п.
106. Характеристика состояния и тенденций развития отдельных видов туризма по регионам РФ.
107. Туристское районирования и зонирование территорий
108. Разработка проекта туристского объекта на базе экономики впечатлений.
109. Разработка туров на базе экономики впечатлений.
110. Разработка туристского путеводителя/буклета.
111. Разработка мобильных туристских путеводителей.
112. Проект мероприятий по разработке (развитию, совершенствованию) экскурсионных (туристских) программ для школьников (любых иных категорий потребителей).

Темы по заказу предприятий

1. Проект мероприятий по брендингу (ребрендингу) туристского предприятия.
2. Проект мероприятий по организации связей с общественностью на турпредприятии.
3. на предприятии.
4. Проект мероприятий по совершенствованию рекламной деятельности на турпредприятии.
5. Проект мероприятий по совершенствованию систем продвижения (продаж) туристских продуктов и услуг турфирмы.
6. Проект мероприятий по совершенствованию системы набора сотрудников на турпредприятие.
7. Проект мероприятий по совершенствованию системы обучения персонала туристского предприятия.
8. Проект мероприятий по созданию благоприятного морально-психологического климата на предприятии туризма.
9. Проект мероприятий по формированию фирменного стиля туристского предприятия.
10. Проект мероприятий продвижения российских туристских продуктов за рубежом.
11. Проект программ анимационного обслуживания на предприятии туриндустрии.
12. Проект экскурсионной программы для целевых потребителей в регионе.
13. *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 компе-тенции** | **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 | + | + | + | + |
| 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 |  | + | + | + |
| 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 туристкой деятельности |  | + |  |  |
| ПК-7 | способностью 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. 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.
2. Банкротство и санация предприятий. Понятие и признаки банкротства. Факторы и процедура банкротства. Понятие прогнозирования и ответственность при банкротстве.
3. 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.
4. 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.
5. 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.
6. 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.
7. 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.
8. 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.
9. 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.
10. 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 (SICTA). Внутренний и международный туризм.
11. Классификация услуг сферы обслуживания. Услуга - как сочетание процессов производства (выполнения) услуги и обслуживания конкретного потребителя (заказчика, клиента).
12. 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".
13. 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.
14. Международный рынок туризма. Характеристика международного туристского рынка. Международные организации туристской индустрии, мероприятия. Компании и корпорации. Агентско-операторская деятельность на международном рынке туризма.
15. 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.
16. 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.
17. 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.
18. Оборотные средства предприятия как условия осуществления предпринимательской деятельности, особенности их воспроизводства, их влияние на эффективность работы предприятия.
19. 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.
20. 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.
21. Организация управления безопасностью жизнедеятельности в Российской Федерации. Правовые и нормативно-технические основы обеспечения безопасности жизнедеятельности.
22. Основные культурно-исторические и туристские центры в контексте мирового культурного наследия.
23. 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.
24. 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.
25. Основные типы товарных знаков. Законодательство о товарных знаках. Использование франчайзинга в туризме. Понятие фирменного стиля, его особенности в туризме. Имидж туристского предприятия.
26. 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.
27. 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.
28. 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.
29. 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.
30. Оценка основных средств, физический и моральный износ, амортизация основных средств. Показатели использования основных средств.
31. 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.
32. 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.
33. Понятие затрат и себестоимости услуг. Общие принципы формирования себестоимости. Элементы себестоимости. Формирование себестоимости на предприятиях туриндустрии: методика формирования и расчета себестоимости, статьи затрат (бизнес-план).
34. 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.
35. 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.
36. Понятия и определения статистики туризма; посетители и поездки, их статистические характеристики; рекомендации международных организаций по классификациям в туристской индустрии.
37. 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 иди 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.
38. 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.
39. 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.
40. 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.
41. 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 ХХI века. Акты Международной ассамблеи государств – участников СНГ, межправительственные соглашения, двусторонние акты государств – участников СНГ в области туризма.
42. 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
43. Рынок туризма в России. Структура рынка туризма. Структура управления туризмом в России. Современное состояние туризма в России. Динамика российского туризма. Приоритетные направления развития туризма.
44. 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.
45. Содержание современной туристской политики. Основные положения Концепции развития туризма до 2020-го года.
46. 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).
47. 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.
48. 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.).
49. 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.
50. Технические регламенты в обеспечении безопасности продукции и услуг туристской индустрии. Государственный контроль (надзор) за соблюдением требований технических регламентов и последствия выявленных нарушений.
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. 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.
53. 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.
54. 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.
55. 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.
56. 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.»
57. 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.
58. Формирование финансовых результатов предприятий туриндустрии. Выручка, прибыль, формирование и распределение прибыли. Основные виды налогов.
59. Характеристика мировых туристских потоков. Территориальная организация международного туризма. Географические факторы в развитии мирового туризма. Понятие «дестинация». Центропереферическая модель мирового туризма. Туристская типология стран мира. География мировых туристских потоков.
60. 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.
61. 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.
62. Ценообразование на предприятиях туриндустрии, виды и система цен, дифференциация цен. Методы ценообразования. Корпоративная ценовая политика.
63. 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».
64. 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.
65. 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.
66. Этнографические памятники и другие особенности этнической культуры разных народов.

**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-2 | способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах | 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-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 социальной политики государства, международного и российского права | отлично / хорошо / удовл./неудовл. | отлично / хорошо / удовл./неудовл. |  |  |
| 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. |  |  |
| 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. |  |  |
| ОПК-3 | способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов |  |  | 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. |
| ПК-3 | готовностью к реализации проектов в туристской индустрии |  |  | 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. |
| ПК-8 | готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме |  |  | отлично / хорошо / удовл./неудовл. | отлично / хорошо / удовл./неудовл. |
| 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. |

*Оценка «отлично»**(25 баллов)* – 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» (15 баллов)*– 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» (5 баллов)* – 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»* (0 баллов) – неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов, грубые ошибки в ответе, непонимание сущности излагаемых вопросов; неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.

# 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:

**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 | 3 |
| 1.2. Работа содержит новые результаты, исследовательский характер | 10 |
| 2 | Актуальность темы | 2.1. Актуальность исследования обоснована неубедительно, общими, декларативными утверждениями. Анализ степени изученности заменен перечислением научных публикаций | 3 |
| 2.2. Актуальность темы обоснована, но не показана связь с реальными потребностями общества, удовлетворение которых необходимо в настоящее время. Проведен анализ научных подходов к изучению исследуемого вопроса, но не показаны слабоизученные аспекты, подлежащие разработке | 7 |
| 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 рейтинг-плана выполнения работы | 3.1. Существенные отклонения от установленных сроков | 3 |
| 3.2. Незначительные отклонения от установленных сроков | 7 |
| 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) | 2 |
| 4.2. Адекватность и достаточность источников информации (полнота и новизна использованной научной литературы, применение справочных изданий, монографий и публикаций в научных периодических изданиях) | 2 |
| 4.3. Наличие критического анализа существующих подходов к решению проблемы исследования | 2 |
| 4.4. Логичность изложения (наличие логических связей как внутри, так и между разделами работы), наличие выводов по разделам работы и обобщения полученных результатов в заключении работы | 2 |
| 4.5. Обеспечение наглядности результатов исследования (визуализация информации посредством использования таблиц, графиков, диаграмм, алгоритмов, схем и т.д.) | 2 |
| *По пунктам 4.1- 4.5 оценка осуществляется простым суммированием* |
| 5 | Качество оформления работы | 5.1. Существенные отклонения от принятых стандартов  | 3 |
| 5.2. Незначительные отклонения от принятых стандартов  | 7 |
| 5.3. Полное соответствие стандартам  | 10 |
| 6 | Используемые методики и инструменты исследования | 6.1. Использование традиционных методик и инструментов известных авторов | 5 |
| 6.2. Использование собственных или оригинальных методик и инструментов с авторскими элементами. Обоснование целесообразности использования данного инструментария | 10 |
| 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 | 3 |
| В основном удовлетворяет требованию | 7 |
| Полностью удовлетворяет требованию | 10 |
| 9 | Ответы на вопросы членов ГЭК | Значительные затруднения при ответах | 3 |
| Относительно полные и исчерпывающие ответы | 7 |
| Ответы полные, исчерпывающие | 10 |
| 10 | Общее впечатление (оценка) | Неудовлетворительное | 1 |
| Удовлетворительное | 5 |
| Хорошее | 7 |
| Отличное | 10 |
| **Сумма в баллах** | **Менее 50** | **51-70** | **71-89** | **90-100** |
| **Традиционная шкала** | **Неудовлетворительно** | **Удовлетворительно** | **Хорошо**  | **Отлично**  |

**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) | **max****100 баллов** |
| 2 вопрос (max 25 баллов) |
| 3 вопрос (max 25 баллов) |
| 4 вопрос (max 25 баллов) |

Каждый член комиссии ГЭК после ответа студента выставляет по соответствующим пунктам собственные оценки (баллы), что позволяет объективно вывести итоговую сумму баллов. 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) |
| 50 и менее | 1. (неудовлетворительно)
 |