

Рекомендуемый перечень тем ВКР:

Для студентов образовательной программы 43.03.02 Туризм (профиль: Туризм):

1. Анализ и оценка туристского потенциала Российской Федерации
2. Анализ и прогнозирование в туристском бизнесе
3. Анализ рыночных возможностей и разработка комплекса маркетинга на предприятии туризма
4. Бизнес-план туристского предприятия: понятия и основные этапы разработки
5. Брендинг как инструмент повышения привлекательности туристской дестинации
6. Взаимодействие предприятий туризма для продвижения территорий
7. Визуальный брендинг как инструмент повышения привлекательности туристской дестинации
8. Влияние имиджа региона на индустрию туризма
9. Влияние покупательских предпочтений на формирование дополнительных услуг в сфере туризма
10. Внедрение информационных систем бронирования в индустрии туризма
11. Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации
12. Зарубежный опыт государственного регулирования качества обслуживания в индустрии туризма
13. Зарубежный опыт планирования деятельности предприятий индустрии туризма и возможность его использования в отечественной практике
14. Зарубежный опыт применения информационных технологий на предприятиях туризма и возможности его использования в Российской Федерации
15. Имидж туристского предприятия
16. Индивидуальная и коллективная мотивация на предприятиях туризма
17. Индустрия развлечений как фактор развития туризма в регионе
18. Инновационные технологии в системе обучения работников в туристской индустрии
19. Интеграция России в мировую индустрию туризма
20. Использование современных компьютерных технологий в индустрии туризма
21. Исследование жизненного цикла продукта предприятий индустрии туризма
22. Кадровая политика турфирмы и ее влияние на качество предоставляемых услуг

23. Концепции лидерства и их влияние на систему управления предприятиями сферы туристической индустрии
24. Креативный маркетинг туристического предприятия
25. Малые предприятия и их роль в формировании рынка услуг в сфере туризма
26. Маркетинговый анализ деятельности предприятий индустрии туризма
27. Методы прогнозирования деятельности предприятий индустрии туризма
28. Мотивация персонала как фактор успешной работы предприятия туризма
29. Мотивация персонала турфирмы как средство стимулирования продаж
30. Оптимизация управленческой структуры предприятий индустрии туризма
31. Организационно-экономическая модель развития молодежного туризма в крупном туристском комплексе
32. Организационно-экономические основы продвижения туристско-информационного центра в сети Интернет
33. Организация внедрения передовых стандартов обслуживания на предприятиях индустрии туризма
34. Организация внутрифирменного управления на туристском предприятии
35. Организация и проведение маркетинговых исследований в туризме
36. Организация и управление материальными ресурсами в туристском бизнесе
37. Организация обслуживания гостей на туристских предприятиях
38. Организация подготовки и переподготовки управленческих кадров для индустрии туризма
39. Организация рекламной деятельности в сфере туризма в малых городах Российской Федерации
40. Организация рекламной деятельности в туризме
41. Организация рекламной деятельности в туристской фирме
42. Организация управления туристским предприятием
43. Организация эффективного продвижения туристского продукта
44. Основные методы принятия решений на предприятиях туристической индустрии
45. Особенности предпринимательской деятельности на российском рынке туристских услуг
46. Особенности приема иностранных туристов в России
47. Особенности управления персоналом на малых предприятиях индустрии и туризма
48. Оценка инвестиционного потенциала туристской дестинации

49. Оценка производительности труда и пути ее повышения на предприятиях индустрии туризма
50. Оценка туристско-рекреационного потенциала дестинации
51. Перспективы развития туризма в малых городах Российской Федерации
52. Перспективы развития экологического туризма в Российской Федерации
53. Применение маркетинговых технологий в туристской индустрии Российской Федерации
54. Применение моделей мотивации сотрудников на туристском предприятии
55. Причины возникновения конфликтов в туристском бизнесе и пути их решения
56. Проблемы прогнозирования развития туристской организации
57. Проблемы управления современными туристскими комплексами
58. Продвижение туристского продукта с помощью интернет технологии
59. Процессы глобализации в мировой индустрии туризма
60. Пути совершенствования оказания дополнительных услуг туристского предприятия
61. Пути совершенствования применения информационных технологий на предприятиях туризма
62. Пути улучшения системы коммуникации в современной туристской организации
63. Развитие кадрового потенциала туристской организации
64. Разработка и продвижение нового туристского продукта на российском рынке
65. Разработка и управление инвестиционным проектом по продвижению туристского продукта на рынке
66. Разработка и экономическое обоснование спортивного туристского маршрута
67. Разработка комплекса маркетинга туристского предприятия
68. Разработка мероприятий по увеличению доходов бюджета города за счет предприятий туристской индустрии
69. Разработка мероприятий по эффективному использованию туристско-рекреационных ресурсов региона
70. Разработка направлений развития активного туризма в туристской дестинации
71. Разработка предложений по развитию туристско-рекреационных комплексов в наиболее перспективных туристских кластерах
72. Разработка проекта социального тура как доступного туристского пространства для лиц с ограниченными возможностями
73. Разработка рекламного продукта предприятия туризма
74. Разработка рекламных мероприятий в туристской фирме

75. Разработка стратегии развития туристского предприятия
76. Разработка туристского бренда региона
77. Разработка этнографического маршрута географической дестинации малого народа России
78. Риск-менеджмент как часть управления коммерческой деятельностью предприятия индустрии туризма
79. Роль турфирмы в деятельности по продвижению туристского продукта
80. Система логистики в индустрии туризма
81. Системы обеспечения безопасности в индустрии туризма
82. Совершенствование качества обслуживания на туристских предприятиях
83. Совершенствование организации круизного туризма в Российской Федерации
84. Совершенствование развития активного туризма в туристской дестинации
85. Совершенствование развития особых видов туризма в дестинации
86. Совершенствование системы коммуникаций в современной туристской организации
87. Совершенствование системы управления туристским предприятием
88. Территориальные подходы к формированию туристских кластеров
89. Транспортная логистика в индустрии туризма
90. Управление инновациями на предприятиях туризма
91. Управление современными компьютерными технологиями в индустрии туризма
92. Управление хозяйственно-финансовой деятельностью на предприятии туризма
93. Управление человеческими ресурсами в индустрии туризма
94. Формирование бизнес-плана туристского предприятия
95. Формирование особого вида туризма в регионе
96. Формирование территориального бренда, как важный фактор развития туризма в регионе
97. Целесообразность развития туристско-рекреационного объекта
98. Экономика и организация деятельности малых предприятий индустрии туризма и гостеприимства
99. Экономико-математические методы планирования деятельности предприятий индустрии туризма
100. Экономическая оценка туристских ресурсов города