

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
**«НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени Н.А. ДОБРОЛЮБОВА»**

Высшая школа социальных наук  
Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Председатель Научно-методического совета  
Высшей школы социальных наук  
по направлению «Туризм»

М. В. Федорова

«26» августа 2022 г.



**Методические рекомендации по написанию курсовых и  
выпускных квалификационных работ для направления подготовки  
43.-03.02 - Туризм**

Нижний Новгород

2022

## ВВЕДЕНИЕ

Курсовая и выпускная квалификационная работа бакалавра и магистра - это учебно-научное исследование студента, которое выполняется на разных этапах обучения в НГЛУ им. Н.А. Добролюбова:

Курсовую работу студенты пишут в течение учебы в университете в соответствии с учебным графиком. Она является неотъемлемой частью образовательного процесса, ее цель научить студентов работать с теоретическими трудами, проводить исследования на основе вторичных и первичных источников, научиться искать, систематизировать информацию и делать на основе анализа самостоятельные выводы. Важно также познакомиться с требованиями к оформлению исследовательских работ и следовать им.

Выпускная квалификационная работа является завершающим этапом обучения в бакалавриате и магистратуре. Работа имеет комплексный характер и связана с использованием приобретенных студентом знаний, навыков и способностей по специальным дисциплинам. Она предусматривает систематизацию, закрепление, расширение теоретических и практических знаний по специальности и применение их при решении конкретных научных, производственных и других задач.

К исследованиям предъявляются такие основные требования:

- актуальность темы, соответствие ее современному состоянию определенной области науки и перспективам развития соответствующей сферы;
- изучение и критический анализ монографических и периодических изданий по теме;
- анализ истории исследуемой проблемы и ее современного состояния, а также передового опыта работы в соответствующей области;
- четкая характеристика предмета и объекта исследования, целей и исследовательских приемов, использованных автором;
- исследовательская часть может включать анализ вторичных или первичных источников;
- обобщение результатов, их обоснование, выводы и практические рекомендации.

Квалификационная работа как самостоятельное учебно-научное исследование может выявить уровень общенаучной и специальной подготовки студента, его способность применять полученные знания для

решения конкретных проблем, склонность к анализу и самостоятельному обобщению материала по теме исследования.

## **1. Выбор темы и специфика написания курсовой и выпускной квалификационной работы**

Подготовительный этап работы начинается с выбора темы, ее осмысления и обоснования. Тема формулируется совместно с научным руководителем по желанию студента. Тема должна быть актуальной и малоизученной. Она должна соответствовать направлению, по которому обучается студент, содержать элементы новизны, отражать научные интересы студента.

Курсовая работа является первым этапом в исследовательской работе. Она предполагает минимум две главы, одна из которых теоретическая, а другая – практическая. В первой части представлена дискуссия вокруг ключевых понятий, рассмотрены основные теории, классификации, модели по теме. Вторая глава должна содержать небольшое исследование на основе первичных и вторичных источников и самостоятельные рекомендации на этой основе. Курсовая работа по объему должна быть 30 – 40 страниц. После списка литературы можно разместить приложения.

Если курсовые работы за предыдущие годы обучения логично связаны друг с другом, то это дает возможность использовать результаты научного поиска. При выборе темы следует руководствоваться возможностью получения конкретных данных, наличием специальной научной литературы, практической значимостью.

Удачно, если тема научных интересов связана с практиками или с местом работы, что позволит собрать ценный фактический материал. При выборе темы выпускной квалификационной работы нужно стараться учитывать весь прошлый опыт и использовать доступную информацию.

Темы дипломных работ утверждаются научным руководителем. Выбор темы дипломного исследования и ее утверждение должны быть завершены до 01 октября. Самое важное то, чтобы тема была интересна самому студенту, чтобы вызывала вопросы, и хотелось получить на них ответы.

Квалификационная работа призвана выявить способность студента на основе полученных знаний самостоятельно решать конкретные практические задачи. Работа должна свидетельствовать о добросовестном подходе, показывать общую культуру и профессиональную подготовленность студента.

Квалификационная работа является самостоятельным творческим трудом (научным исследованием) с подробным описанием и объяснением выбранных способов решения конкретной проблемы. Она должна представлять собой сочетание теоретического освещения вопросов темы с анализом нормативно-правовых документов и существующей практики в области туризма.

Основные цели выпускной квалификационной работы:

1. Систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний студентов по избранной специальности.
2. Развитие навыков ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении определенных проблем и вопросов в выпускной дипломной работе.
3. Определение уровня теоретических и практических знаний студентов, а также умение применять их для решения конкретных практических задач.

*Научный руководитель* должен встречаться со студентом в установленное время консультаций или по взаимной договоренности. Студенту следует периодически информировать руководителя о ходе подготовки работы, консультироваться по вызывающим затруднения или сомнения вопросам, обязательно ставить в известность о возможных отклонениях от утвержденного графика выполнения работы.

Научный руководитель не является соавтором или редактором выпускной квалификационной работы. Он может советовать студенту необходимую литературу, методы исследования, отвечать на вопросы студента. В обязанности научного руководителя входит также систематический контроль выполнения работы и оценка выполненной работы. Вся ответственность за содержание и оформление работы лежит на самом студенте.

В отзыве научного руководителя на квалификационную работу отмечается степень соответствия работы поставленным требованиям, целям и плану; глубина и полнота раскрытия основных вопросов темы; наличие и обоснованность самостоятельных выводов и предложений; достоинства и недостатки работы; дается общее заключение по работе:

- - «к защите» (с рекомендуемой оценкой) или
- - «на доработку» (с указанием что именно и как нужно доработать).

Отзыв руководителя прилагается к работе и зачитывается во время защиты проекта.

Квалификационная работа по направлению «Туризм» должна носить теоретико-прикладной характер. Поэтому при ее написании необходимо изучить литературу по теме и существующие исследования и суметь применить научные выводы к реальным условиям, связать их со деятельностью в сфере туристской индустрии и гостиничного бизнеса.

Если студентом разработан проект, то целесообразно оценить его эффективность и полезность, тогда исследование можно считать завершенным и научно обоснованным.

Если тема исследования связана с изучением прошлого опыта субъектов тур индустрии, то необходимо проанализировать достоинства, недостатки и предложить направления оптимизации данного вида деятельности.

Если работа посвящена изучению технологий в области туризма, то в работе должен быть сравнительный анализ нескольких методов или применения этих методов в разных сферах деятельности. Рекомендации студента по развитию методов и технологий сервиса и туризма должны быть апробированы на практике и обоснованы.

Работая над исследованием, студент обязан:

- всесторонне изучить определенную проблему в сфере туристской индустрии и гостиничного бизнеса, ее теоретические и практические аспекты;
- проанализировать научную литературу и нормативно-правовой материал по теме;
- выработать собственное суждение по исследуемой проблеме, отношение к существующим научным позициям и точкам зрения;
- предложить реальные пути решения рассматриваемой проблемы, обосновать и аргументировать свои предложения, используя методы исследования и оценки эффективности.

**Объем бакалаврской работы – около 60 страниц** печатного текста (не включая приложений).

**Объем ВКР работы магистранта– около 70 страниц** печатного текста (не включая приложений).

## 2. Структура и содержание работы

Независимо от выбранной темы, *структура* выпускной квалификационной работы следующая:

- - титульный лист;
- -оглавление (содержание);
- - введение;
- - основная часть (как правило, три главы, в каждой из которых три или четыре параграфа);
- - заключение;
- - список использованной литературы и источников;
- - приложения.

Рационально организовать работу над бакалаврским или магистерским исследованием, правильно распределить свое время, адекватно разработать выбранную тему поможет следующий *алгоритм написания*:

- выбор темы;
- поиск и отбор литературы по теме, ее изучение;
- составление предварительного плана, согласование его с руководителем;
- написание глав и подпунктов
- формулирование выводов и рекомендаций, написание введения;
- оформление списка использованных источников и приложений;
- литературное и техническое оформление работы, исправление ошибок;
- рецензирование, подготовка к защите и защита дипломной работы, курсового проекта.

Подготовительный этап работы над исследованием начинается с *выбора темы*, ее осмысления и обоснования. Тему необходимо тщательно обдумать: определить идею работы, наметить ее структуру, записать собственные мысли, привести примеры. После самостоятельного обдумывания темы нужно пойти в библиотеку и *подобрать соответствующую литературу*. Воспользуйтесь тематическим и алфавитным каталогом. С целью более полного поиска необходимо использовать также прикнижные и пристатейные списки литературы, сноски и ссылки в учебниках, монографиях, словарях, указатели содержания годовых комплектов специальных периодических изданий. Можно пользоваться материалами из сети интернет с обязательной ссылкой на них.

Во время поиска литературных источников необходимо выяснить состояние изученности выбранной темы современной наукой, чтобы конкретнее и точнее определить направления и основные разделы своего исследования. Читая издание, необходимо внимательно следить за ходом авторской мысли, уметь отличать главные положения от доказательств и иллюстративного материала. Часто статьи из научных сборников сложны для восприятия, поэтому необходимо их читать несколько раз, стараясь выделить главную идею и аргументы. Выходные данные использованной литературы нужно записывать сразу же.

Важно собрать как можно больше материала. Это поможет лучше ориентироваться в теме и разобраться в ней. Кроме того, в результате отбора из всей массы материала останется самое ценное. Библиографию нужно оформлять по ходу работы над темой - это сэкономит время.

На следующем этапе составляется *план работы*: нужно определить, какие проблемы будут освещаться главах и подпунктах — они будут раскрывать тему. Так создается структура работы. Каждая глава освещает самостоятельный вопрос, а подпункт (параграф) - отдельную часть этого вопроса. Необходимо внимательно следить, чтобы названия глав и подпунктов соответствовали теме. Названия глав должны обозначать раскрываемую проблему и соответствовать поставленным задачам.

Тема должна быть раскрыта без пропуска логических звеньев, поэтому, начиная работать над главой, необходимо отметить ее главную идею, а также тезисы каждого подпункта. Тезисы необходимо подтверждать фактами и мнениями различных авторов, результатами анкетирования и эксперимента, анализом конкретного практического опыта.

*Содержание глав* должно быть следующим:

- -первая глава — теоретическая. В ней рассматривается теория вопроса с обязательной опорой на авторов, изучавших проблему. Необходимо представить научную дискуссию по теме, определить основные понятия. при этом обозначить свою точку зрения по основным вопросам.
- -вторая глава — практическая (аналитическая). В ней проанализированная теория из первой главы находит применение на практическом материале. Рекомендуется во второй части представить исследование проблемы как на основе вторичных источников (анализа публикаций, отчетов, статистических материалов и др.), так и на основе первичных источников (опрос, анкетирование, экспертная оценка,

фокус-группа и др.).

- -третья глава — проектная – разработка коммуникационного проекта или разработка рекомендаций и мероприятий по решению изучаемой проблемы. Содержание третьей главы должно опираться на результаты проведенного в предыдущей главе исследования.

Правильная и логическая структура работы - залог успеха раскрытия темы. Процесс уточнения структуры непростой и может длиться на протяжении всей работы над исследованием.

Далее следует *написание текста* работы. После каждой главы формулируются собственные выводы. Выводы также делаются после всей работы и представляют собой отдельную часть — заключение. *Заключение* является еще более высоким уровнем обобщения, в нем не должны повторяться выводы после глав. В заключении не делаются сноски на авторов, так как выводы должны быть индивидуальными, но при этом нужно помнить об их научной обоснованности. Выводы лучше делать в виде отдельных лаконичных предложений, методических рекомендаций. Очень важно, чтобы они отвечали поставленным задачам. В выводах необходимо указать не только то положительное, что удалось обнаружить в результате изучения темы, но и недостатки и проблемы практического характера, а также дать конкретные рекомендации относительно их устранения.

Завершая написание выпускной квалификационной работы, необходимо *систематизировать иллюстративный материал*. Иллюстрации можно размещать в тексте, но если они громоздки или касаются темы лишь косвенно, то их следует оформлять в виде приложений. То же самое справедливо и для таблиц. Все приложения должны иметь порядковую нумерацию и названия, которые отвечают их содержанию. Нумерация листов с приложениями продолжает общую нумерацию страниц основного текста работы.

На *заключительном этапе* предполагается написание студентом *введения и выводов* к работе, оформление списка литературы и приложений, редактирование текста, его доработка с учетом замечаний научного руководителя, подготовка работы к защите. Это очень важный этап работы. Логичное введение и четкие выводы, правильно оформленная обширная библиография свидетельствуют об уровне всей работы.

### **3. Подбор литературы**

Начало выполнения ВКР связано с процессом подбора литературы, который целесообразно начинать с изучения тех работ, которые близки к выбранной студентом тематике. Знакомиться с литературой рекомендуется в следующей последовательности:

- 1) учебная литература – учебники и учебные пособия;
- 2) документы организации (в том числе сайт компании), законы и законодательные акты;
- 3) научные издания – сначала монографии, затем периодические издания;
- 4) статистические данные, отчеты и аналитика в открытом доступе.

При этом вначале стоит изучить самые свежие публикации, затем – более ранние.

При подборе нормативно-правовых актов желательно использовать возможности тематического поиска документов в справочной правовой системе «Гарант», а также в других справочных системах («Консультант», «Кодекс» и др.). Данные справочно-информационные системы значительно облегчают тематический поиск необходимых нормативных документов.

Для подбора изданий по интересующей теме могут быть использованы списки литературы, содержащиеся в уже проведенных исследованиях (диссертациях на соискание ученых степеней, отчетах по НИР и т.д.).

При подборе литературы необходимо сразу составлять библиографическое описание отобранных изданий в строгом соответствии с требованиями, предъявляемыми к оформлению списка литературы. Данный список литературы по теме выпускной квалификационной работы согласовывается с научным руководителем.

#### **4. Написание введения**

**Введение** является отдельным, самостоятельным блоком текста работы, который ни в содержании, ни в тексте не обозначается цифрами.

Во введении необходимо отразить следующее:

- - обоснование выбора темы, ее актуальность;
- - характеристику степени разработанности темы в отечественной и зарубежной науке;
- - основную цель и задачи работы;
- - объект и предмет исследования;
- - научную новизну (если есть);
- - методы исследования (общенаучные и прикладные);
- - характеристику практической значимости исследования;

- - представление структуры работы.

При выяснении *объекта, предмета и цели* исследования необходимо учитывать, что между ними и темой курсовой или дипломной работы существуют системные логические связи.

*Цель работы* раскрывает главную, основную, общую проблему, которая ставится и анализируется в работе. Цель предполагает решение основных исследовательских задач, определяет, для чего проводится исследование, что планируется получить в результате. Достижение цели бакалаврской работы ориентирует студентов на решение выдвинутой проблемы в двух основных направлениях – теоретическом и прикладном.

*Задачи работы* раскрывают проблематику глав и подпунктов, представляют собой способы достижения поставленной цели. Это этапы, на каждом из которых производится та или иная аналитическая (или исследовательская операция), например:

- -анализ теоретических аспектов обоснование и раскрытие сущности выбранной проблемы в области туризма и сервиса;
- обобщение (анализ) и критическая оценка собранного и обработанного фактического материала по теме работы с использованием современных социологических методов исследований и компьютерных программ;
- изучение эффективности работы предприятия в сфере туристской индустрии и гостиничного бизнеса на основе анализа первичных (отчеты, аналитика, публикации в СМИ и др.) и вторичных источников (результаты опросов, анкетирования, экспертных оценок, фокус–групп и др.).
- выделение специфических особенностей объектов исследования, разработка и обоснование предложений повышения конкурентоспособности изучаемых предприятий;
- расчет имиджевой и экономической эффективности внесенных предложений.

*Объект и предмет* исследования соотносятся между собой как целое и частное, общее и частности. Объект исследования – это то, что непосредственно изучается в ходе написания дипломной работы – процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию, и избранное для изучения в целом. *Предмет* – это то, что находится в границах объекта, он вычленяется из объекта и являет собой ту часть, на которую непосредственно направлено исследование. Например, объектом являются корпоративные

коммуникации, а предметом исследования – конкретные средства и способы их организации. Именно предмет исследования определяет тему исследовательской работы.

*Предмет исследования* – это наиболее значимые с теоретической или практической точки зрения функции, свойства, стороны, проявления, особенности объекта, которые подлежат непосредственному изучению.

Представление использованных *методов исследования* позволяет оценить полноту охвата полученных студентом умений и навыков при выполнении бакалаврской работы. Выбор *методов* определяется природой исследуемого объекта. Методы работы используются как общенаучные, так и прикладные.

*Степень научной разработанности темы* – это общий анализ источников (монографий, диссертаций, статей) по теме исследования. Обзор литературы, включая интернет-ресурсы, позволяет продемонстрировать осведомленность автора в избранном научном направлении, определить, какие существуют школы, концепции. Обзор литературы предполагает не только цитирование источников или их пересказ, но и анализ различных подходов к изучаемой проблеме в трудах отечественных и зарубежных ученых, а также авторскую точку зрения по данной проблематике.

Характеристика *структуры работы* представляет собой краткое содержание глав и параграфов основной части.

#### **4. Стил ь изложения.**

Курсовая, бакалаврская и магистерская выпускные работы должны быть выдержана в научном стиле, который обладает некоторыми характерными особенностями.

Прежде всего, научному стилю характерно использование конструкций, **исключающих** употребление **местоимений первого лица единственного и множественного числа** (я, мы), местоимений второго лица единственного числа. В данном случае предполагается использовать неопределенно-личные предложения (например, «Сначала производят отбор факторов для анализа, а затем устанавливают их влияние на показатель»); формы изложения от третьего лица (например, «Автор полагает...»); предложения со страдательным залогом (например, «Разработан комплексный подход к анализу...»).

В научном тексте нельзя использовать разговорно-просторечную лексику. Необходимо применять терминологические названия. Если есть сомнения в стилистической окраске слова, лучше обратиться к словарю.

Важнейшим средством выражения смысловой законченности, целостности и связности научного текста является использование специальных слов и словосочетаний. Подобные слова позволяют отразить следующее:

- - последовательность изложения мыслей (*вначале, прежде всего, затем, во-первых, во-вторых, значит, итак*);
- - переход от одной мысли к другой (*прежде чем перейти к, обратимся к, рассмотрим, остановимся на, рассмотрим, перейдем к, необходимо остановиться на, необходимо рассмотреть*);
- - противоречивые отношения (*однако, между тем, в то время как, тем не менее*);
- - причинно-следственные отношения (*следовательно, поэтому, благодаря этому, сообразно с этим, вследствие этого, отсюда следует, что*);
- - различную степень уверенности и источник сообщения (*конечно, разумеется, действительно, видимо, надо полагать, возможно, вероятно, по сообщению, по сведениям, по мнению, по данным*);
- - итог, вывод (*итак, таким образом, значит, в заключение отметим, все сказанное позволяет сделать вывод, резюмируя сказанное, отметим*).

Для выражения логической последовательности используют сложные союзы: *благодаря тому что, между тем как, так как, вместо того чтобы, ввиду того что, оттого что, вследствие того что, после того как, в то время как* и др. Особенно употребительны производные предлоги *в течение, в соответствии с, в результате, в отличие от, наряду с, в связи с, вследствие* и т.п.

В качестве средств связи могут использоваться местоимения, прилагательные и причастия (*данные, этот, такой, названные, указанные, перечисленные*).

В научной речи очень распространены указательные местоимения «этот», «тот», «такой». Местоимения «что-то», «кое-что», «что-нибудь» в тексте научной работы обычно не используются.

Для выражения логических связей между частями научного текста используются следующие устойчивые сочетания: «*приведем результаты*», «*как показал анализ*», «*на основании полученных данных*».

С целью образования превосходной степени прилагательных чаще всего используются слова *наиболее*, *наименее*. Не употребляется сравнительная степень прилагательного с приставкой *по-* (например, *повыше*, *побыстрее*).

Особенностью научного стиля является констатация признаков, присущих определяемому слову. Так, прилагательное *следующие*, синонимичное местоимению *такие*, подчеркивает последовательность перечисления особенностей и признаков (например, «*Рассмотрим следующие факторы, влияющие на формирование рекламного рынка*»).

Сокращение слов в тексте не допускается (за исключением общепринятых).

Нельзя употреблять в тексте знаки (<, >, =, №, %) без цифр, а также использовать в тексте математический знак минус (–) перед отрицательными значениями величин: в этом случае следует писать слово «минус».

При записи десятичных дробей целая часть числа от дробной должна отделяться запятой (например: 15,6 тыс. руб., 18,5 м<sup>2</sup>).

Изложение материала в бакалаврской работе должно быть последовательным и логичным. Все главы должны быть связаны между собой. Следует обращать особое внимание на логические переходы от одной главы к другой, от параграфа к параграфу, а внутри параграфа – от вопроса к вопросу.

## **6. Правила оформления.**

**Оформление структурных элементов.** Выпускная квалификационная работа должна быть представлена в печатном варианте. Текст должен быть четким, логичным и соответствовать требованиям к работам данного уровня. Работа должна быть напечатана на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Цвет шрифта должен быть черным. При компьютерном наборе рекомендуется кегль 14, полуторный междустрочный интервал, гарнитура шрифта – Times New Roman. Размеры верхнего и нижнего полей – 20 мм, левого поля – 30 мм, правого – 10 мм.

Абзацный отступ равен 1,27 см. Основной текст работы должен быть выровнен по ширине.

Нумерация страниц производится сквозным способом по всему тексту работы, начиная с титульного листа, но цифры печатаются только со второго листа (в центре нижней части листа, без точки).

Для акцентирования внимания на определенных терминах, формулах разрешается использование выделения жирным шрифтом, курсивом. Не допускаются использование подчеркивания, а также одновременное использование выделения курсивом и жирным шрифтом.

Внутри текста работы не допускается использование фамилий без инициалов. Инициалы всегда (кроме списка использованной литературы) должны стоять перед фамилией через пробел (например, И.И. Иванов).

Выпускная квалификационная работа начинается с титульного листа, на котором указываются сведения об учебном учреждении, где выполнена работа, название темы, вид выполненной работы, фамилия, инициалы, номер группы студента, а также фамилия, инициалы, ученая степень и звание научного руководителя, город и год выполнения работы (Приложение А).

На следующей странице работы размещается Оглавление, в котором указываются названия и номера начальных страниц всех структурных частей работы (за исключением титульного листа). Сокращение «стр.» над номерами страниц не используется (Приложение Б).

Заголовки структурных элементов работы («Оглавление», «Введение», «Заключение», «Список литературы») следует располагать в середине строки без абзацного отступа, без точки в конце и печатать строчными буквами (кроме первой прописной), без подчеркивания.

Главы и параграфы работы должны иметь заголовки. Заголовки не должны слово в слово совпадать ни друг с другом, ни с темой. Заголовки должны быть содержательными, отражать идеи, раскрываемые в тексте. Их назначение – направлять внимание на конкретный материал.

Заголовки глав следует располагать в середине строки без абзацного отступа и без точки в конце и печатать строчными буквами (кроме первой прописной), не подчеркивая.

Заголовки параграфов следует печатать с абзацного отступа, с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

Главы рекомендуется начинать с нового листа. Между строчками заголовка следует делать один интервал, перед текстом – три интервала. Расстояние между заголовками главы и параграфа – два интервала.

Главы и параграфы работы следует нумеровать арабскими цифрами. Главы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста (за исключением приложений). Номер параграфа включает номер главы и порядковый номер параграфа, разделенные точкой (например, 1.1, 1.2, 1.3 и т.д.). После номера главы, параграфа, пункта и подпункта в тексте точку не ставят. Заголовки третьего уровня в работе не используются.

**Оформление ссылок. Важным моментом при написании ВКР является оформление ссылок на используемые источники. При использовании в тексте информации из источника, описание которого включено в список литературы, в тексте работы необходима библиографическая ссылка.**

Библиографическая ссылка – это соответственное описание источника цитат, ее назначение – указать на источник используемого материала.

Между заголовком параграфа и основным текстом пустой строки нет. Использование в исследовании текстов других авторов без сносок на их труды не допускается. Дословные заимствования (то есть фрагменты чужих текстов, оставляемые без изменений) должны заключаться в кавычки («» – так называемые «крыши домика»). Косвенное цитирование (передача мысли автора своими словами) необходимо сопровождать постраничными сносками на источник с указанием года публикации и страницы, на которой был приведен передаваемый тезис. Если используется *ссылка на источник, но цитата из него не приводится*, то достаточно в круглых скобках указать фамилию автора и год в соответствии со списком использованной литературы без приведения номеров страниц. Подобный порядок оформления ссылок на литературные источники позволяет избежать повторения названий источников при многократном их использовании в тексте. Например: (Иванов, 1999), (Fogel, 1992a, 1993a).

При оформлении ссылок на положения нормативных правовых актов в квадратных скобках вместо номера страницы указывается номер соответствующей статьи (пункта) документа с обозначением символа «ст.» («п.»).

В тексте исследования используются постраничные сноски: цитируемый фрагмент помечается цифрой сноски<sup>1</sup>, внизу данной страницы под соответствующей цифрой указывается ее источник. Нумерация сносок сквозная – продолжается на протяжении всего текста. Постраничные сноски набираются 10 кеглем, шрифтом Times New Roman с одинарным

межстрочным интервалом, с выравниванием по ширине. Оформление сноски соответствует оформлению источника в библиографическом списке.

**Оформление таблиц.** Ряд материалов оформляют в виде таблиц, что обеспечивает лучшую наглядность и удобство сравнения показателей. Таблицу в зависимости от ее размера обычно помещают под текстом, в котором впервые дана на нее ссылка. Если объем таблицы превышает количество оставшегося места в конце страницы, то ее размещают на следующей странице, а свободное место заполняется текстом, следующим за таблицей.

Каждая таблица должна иметь заголовок, точно и кратко отражающий ее содержание. Заголовок таблицы следует помещать над таблицей по центру и печатать строчными буквами (кроме первой прописной). Переносы слов в заголовках таблиц не допускаются. В конце заголовка таблицы точка не ставится.

Если таблица заимствована из книги или статьи другого автора, на нее должна быть оформлена ссылка. Слово «Таблица» и ее заголовок пишутся без абзацного отступа в одну строчку через дефис. Таблицы должны иметь сквозную нумерацию по всему тексту. После номера таблицы точку не ставят. Знак «№» перед номером таблицы не используется. В таблицах допускается применять меньший размер шрифта, чем в основном тексте, и одинарный междустрочный интервал. Не допускается выделение курсивом или полужирным шрифтом заголовков граф и строк таблиц, а также самих табличных данных. Заголовки граф и строк таблицы должны начинаться с прописной буквы, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком. Подзаголовки, имеющие самостоятельное значение, начинаются с прописной буквы. В конце заголовков и подзаголовков граф и строк точки не ставят.

К цифровым табличным данным должны быть указаны единицы измерения. Если данные таблицы имеют разные единицы измерения, то они указываются в соответствующих заголовках (подзаголовках) граф или строк таблицы. В случае, когда все табличные данные имеют одну единицу измерения, эту единицу приводят над таблицей справа, используя предлог «в» (например, в тыс. руб., в га, в м<sup>2</sup>, в процентах и т.п.).

Цифровые значения в графах таблиц проставляют так, чтобы разряды чисел по всей графе были расположены один под другим. В одной графе следует соблюдать одинаковое количество десятичных знаков для всех значений величин.

При отсутствии отдельных данных в таблице следует ставить прочерк. Если данные графы (строки) таблицы не требуют заполнения, то следует ставить знак «х».

Для облегчения пользования таблицей допускается проводить горизонтальные линии, разграничивающие строки таблицы.

Ширина таблицы должна соответствовать ширине основного текста. При превышении ширины таблицу следует размещать в альбомном формате по тексту или в Приложении.

При переносе нельзя отделять заголовок таблицы от самой таблицы, оставлять на странице только «шапку» таблицы без записи хотя бы одной строки табличных данных. Итоговая строка также не должна быть отделена от таблицы.

Например, данные проведенного исследования могут быть оформлены в таблицу:

Таблица 1 – Мнение потребителей относительно имиджа туристической компании «Pegas Touristik»

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Итого	Ср. знач
Узнаваемая торговая марка	2	2	1	6	12	22	24	11	9	11	100	6,72
Надежная компания	5	6	9	8	15	19	14	7	9	8	100	5,8
Успешная компания	8	11	10	16	18	22	9	2	3	1	100	4,62
Компания часто выступает спонсором молодеж. программ	7	11	9	9	19	24	17	3	0	1	100	4,84
Компания часто выступает спонсором социал. программ	7	13	16	11	32	10	8	2	0	1	100	4,27
Престижная компания	5	12	11	7	13	13	17	11	8	3	100	5,42
Много рекламы в социальных сетях	9	17	15	11	15	9	13	4	5	2	100	4,49
Часто освещается в интернете	3	2	6	9	11	20	14	11	21	3	100	6,41

Итого	46	74	77	77	135	139	116	51	55	30	800	5,32
-------	----	----	----	----	-----	-----	-----	----	----	----	-----	------

Печать основного текста после завершения таблицы начинается через два полуторных междустрочных интервала.

**Оформление иллюстраций.** В качестве иллюстраций в работах могут быть представлены чертежи, схемы, диаграммы, рисунки и т.п. Все иллюстрации обозначают в тексте словом «рисунок».

Иллюстрации могут быть выполнены как в черно-белом, так и в цветном варианте.

Рисунки в зависимости от их размера располагают в тексте непосредственно после того абзаца, в котором данный рисунок был впервые упомянут, или на следующей странице, а при необходимости – в приложении. Рисунок должен располагаться в центре.

Все рисунки должны иметь наименование, которое помещают под иллюстрацией. Перед наименованием вводят слово «Рисунок» (с заглавной буквы), затем пробел, после чего указывают номер рисунка. Слово «Рисунок» начинают печатать с абзацного отступа.

Рисунки должны иметь сквозную нумерацию по всему тексту. После номера рисунка также должна ставиться точка, затем пробел и наименование рисунка, которое печатают строчными буквами (кроме первой прописной). Точку в конце наименования рисунка не ставят.

Следует отметить, что нумерация рисунков проводится отдельно от нумерации таблиц.

Если иллюстрация заимствована из книги или статьи, на нее должна быть оформлена ссылка в конце наименования рисунка.

Например, результаты проведенного опроса могут быть представлены в виде диаграммы:

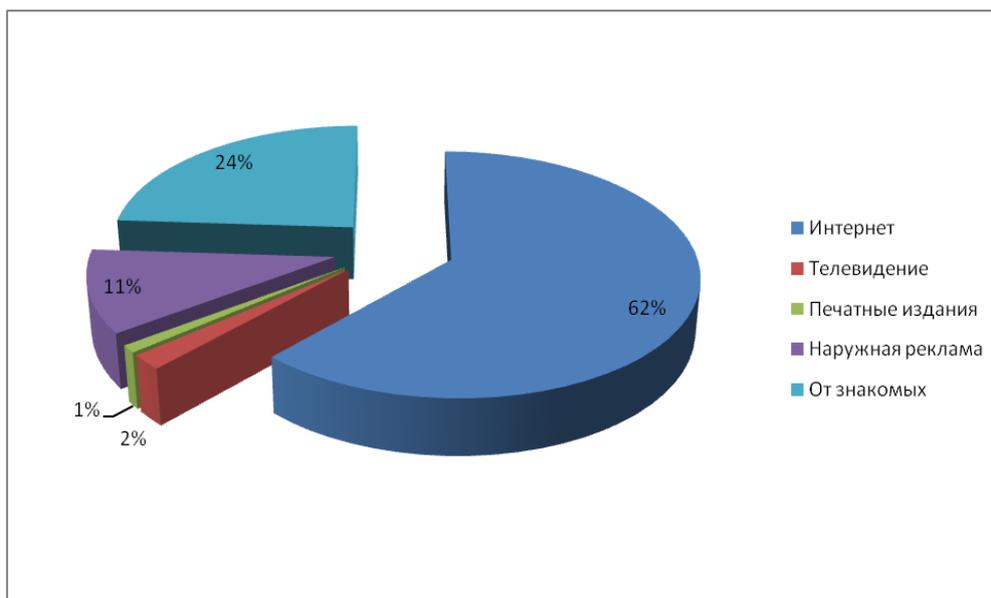


Рисунок 1 – Источники информации для потребителей о компании

Печать основного текста после наименования рисунка начинается через два полуторных междустрочных интервала.

Печать основного текста после пояснения значений символов и числовых коэффициентов формулы начинается через два полуторных междустрочных интервала.

**Оформление списка использованной литературы.** В конце работы располагается Список использованной литературы, который позволяет автору документально подтвердить достоверность приводимых материалов и показывает степень изученности проблемы.

В Список использованной литературы включаются только те источники, которые непосредственно изучались при написании работы. На *каждый* источник, указанный в списке литературы, должна быть ссылка в тексте.

Список использованной литературы должен составляться в алфавитном порядке (по фамилии автора или названию работы) или по порядку ссылок в тексте.

Список использованной литературы имеет сквозную единую нумерацию. Источники следует нумеровать арабскими цифрами и печатать с абзаца.

### **Оформление приложений.**

Приложение – заключительная часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы. По содержанию приложения могут быть

очень разнообразны: копии подлинных документов, выдержки из отчетных материалов, отдельные положения из инструкций и правил и т.д. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты. Приложения размещаются после списка использованной литературы.

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы с указанием по центру страницы слова «Приложение». Номер приложения обозначают прописными буквами по алфавиту.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста, с прописной буквы и отдельной строкой.

Приложения должны иметь общую с основным текстом работы сквозную нумерацию страниц.

Располагать приложения следует в порядке появления в тексте ссылок на них.

Если в одно приложение входит несколько логически связанных структурных элементов, например, ряд таблиц или рисунков, то в пределах данного (т.е. одного) приложения они должны быть пронумерованы (например, «Таблица 1», «Таблица 2» или «Рисунок 1», «Рисунок 2»). При этом каждая таблица должна иметь свой заголовок, а рисунок – свое наименование. Общий заголовок приложения в данном случае может отсутствовать.

При оформлении материалов приложений допускается использовать шрифты разной гарнитуры и размера. Примеры оформления приложений представлены в Приложении Е данных рекомендаций.

## **7.Защита работы**

Квалификационная работа бакалавра оценивается по итогам защиты. Предусмотрена предзащита работы, для того чтобы определить уровень готовности студентов и исправить недостатки.

Студент, получив положительный отзыв о квалификационной работе от руководителя, допускается к защите. Готовая дипломная работа с отзывом и со всеми необходимыми подписями сдается на выпускающую кафедру, подписывается заведующим кафедрой, регистрируется и передается в ГАК.

Очень важно уметь защитить свою работу, так как иногда высокая оценка руководителя и рецензента снижается из-за плохой защиты. Успешная защита основана на хорошо подготовленном докладе и ответах на вопросы.

Защита проходит на открытом заседании государственной аттестационной комиссии. Явка студента в назначенный день защиты строго обязательна, не менее чем за 15-20 минут до начала заседания экзаменационной комиссии. Стиль одежды официальный.

На заседание ГАК представляются следующие документы:

- дипломная работа (2 экземпляра);
- отзыв научного руководителя (2 экземпляра);
- выписка из зачетной книжки;
- публикации по теме дипломного исследования (если имеются)
- презентация краткого содержания работы в Power Point.

Заседание ГАК ведет ее председатель или по его поручению другой член ГАК. На защите может присутствовать научный руководитель. Защита происходит на открытом заседании ГАК в следующей последовательности:

1. Председатель ГАК представляет студента и тему квалификационной работы бакалавра.

2. Заслушивается доклад студента.

3. Члены ГАК и присутствующие задают вопросы.

4. Студент-выпускник отвечает на вопросы. Отвечая на вопросы, он имеет право пользоваться текстом своего выступления, наглядными пособиями, текстом дипломной работы, своими рабочими записями.

5. Зачитываются отзывы (если научный руководитель присутствует, то он выступает).

6. Заслушиваются ответы выпускника на замечания научного руководителя.

Защита предполагает, что вначале кратко (до 10 -12 минут) студент излагает основное содержание своей работы, ее цели и задачи, и самое важное – результаты работы. Текст доклада целесообразно в мельчайших деталях согласовать с научным руководителем. В докладе необходимо:

- обосновать выбор темы;
- сформулировать проблему, объект и предмет исследования;
- указать цели и задачи работы;
- обосновать используемые методы;

(На эту часть доклада требуется не более 2 - 3-х минут).

• описать полученные в исследовании результаты, включая прогнозные оценки развития анализируемых явлений и процессов, предлагаемые меры по решению проблемы и их эффективность.

Эта часть доклада должна занять не более 5 - 7 минут. Общая продолжительность доклада на защите дипломной и курсовой работы составляет от 10 до 12 минут.

Доклад должен быть кратким и точным, содержать лишь оценки, выводы (о причинах и следствиях) и рекомендации по решению проблемы, формулировки – обоснованными и лаконичными. Цифровые данные в докладе приводятся только в том случае, если они необходимы для доказательства или иллюстрации того или иного вывода.

После выступления студенту могут быть заданы вопросы, на которые он обязан дать ответ. Вопросы в случае необходимости можно записать и подготовить ответы, при этом разрешается пользоваться дипломным проектом. По докладу и ответам на вопросы комиссия судит о широте кругозора выпускника, его умении публично выступать и аргументировано отстаивать свою точку зрения.

Далее выступает научный руководитель или зачитывается его отзыв. В отзыве научный руководитель должен:

- дать оценку актуальности темы;
- описать цель и раскрыть содержание основных задач, решаемых в ходе исследования;
- оценить теоретический уровень квалификационной работы, степень использования современных методов анализа и прогнозирования;
- показать основные результаты, полученные в ходе исследования;
- отразить практическую значимость предложений автора;
- отметить отношение студента к работе над выпускной работой: самостоятельность, целеустремленность, настойчивость, трудолюбие, коммуникабельность и т.д.;
- подчеркнуть склонность к научной работе, если она имеется (участие в конференциях, конкурсах, наличие публикаций и т.п.);
- сделать вывод о степени готовности работы для представления ее на ГАК.

Решения об оценке каждой работы бакалавра Государственная аттестационная комиссия принимает после проведения всех защит, запланированных на этот день, на своем закрытом заседании. Оценка выставляется по 4-х балльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно». Сразу после оглашения оценок студент вправе выразить несогласие с выставленной оценкой или процедурой защиты. Позже такие возражения не принимаются.

Задача ГЭК – выявление подготовленности студента к профессиональной деятельности и принятие решения о том, можно ли выдать диплом специалиста. При вынесении оценки комиссия принимает во внимание содержание доклада выпускника, мнения научного руководителя и рецензента, ответы дипломника на вопросы членов ГАК и его участие в развернувшейся дискуссии по теме дипломной работы.

Решение принимается простым большинством голосов, а при равенстве – право решающего голоса отдается председателю ГАК. Результаты закрытого заседания ГАК объявляет председатель комиссии.

Решением ГАК студенту, успешно сдавшему государственный экзамен и защитившему выпускную работу, присваивается квалификация, соответствующая полученной специальности.

Диплом с отличием выдается студентам, получившим за все время обучения в университете не менее 75% оценок «отлично», все остальные оценки – «хорошо» (от общего количества дисциплин в утвержденном учебном плане), а также сдавшим государственный экзамен и защитившим дипломную работу с оценкой «отлично».

Студенты, имеющие высокий уровень теоретической подготовки, проявившие склонность к научно-исследовательской работе (есть научные публикации, выступали на научных конференциях) и выполнившие выпускную квалификационную работу на «отлично», могут быть рекомендованы ГЭК для поступления в магистратуру, о чем делается соответствующая запись в протоколе заседания ГАК.

Если на защите дипломная работа студента получает оценку «неудовлетворительно», то ГАК принимает решение:

- либо о представлении этой же работы к повторной защите с доработкой;
- либо о выполнении выпускной квалификационной работы по новой теме.

Студенты, сдавшие государственный экзамен или защитившие дипломную работу с оценкой «неудовлетворительно», отчисляются из вуза. В этом случае им выдается справка установленного образца. Студенты, отчисленные из вуза по этой причине, имеют право на повторную сдачу государственного экзамена и защиту дипломной работы в течение 3-х лет после отчисления из университета.

Требования к выступлению студента на предварительной защите такие же, как и к защите на ГАК: выступление студента (до 10 мин.), вопросы

членов кафедры и ответы студента. При необходимости кафедра может заслушать и научного руководителя.

В ходе предзащиты кафедра делает замечания по представленным работам, дает им предварительную оценку, принимает решения о допуске работ к защите на ГАК.

Студенту-выпускнику необходимо заранее продумать, какой наглядный материал следует использовать на защите, чтобы наглядно и убедительно показать основные результаты дипломной работы. Лучше всего это сделать в Power Point презентации.

Наглядный материал может содержать фотографии, таблицы, схемы, рисунки, диаграммы (графики), расчеты. Копии данных материалов должны находиться в приложении к выпускной квалификационной работе и быть сшиты с ним.

Перечень материалов определяется по согласованию с руководителем выпускной квалификационной работы, а их объем ограничивается временем, выделенным за доклад по выпускной квалификационной работе. Общая структура материалов работы должна соответствовать структуре представленного доклада.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»

Национальный исследовательский университет  
Институт международных отношений и мировой истории  
Кафедра теории политики и коммуникации

Выпускная квалификационная работа

**Перспективы развития религиозного туризма**

Выполнила:  
студентка группы 401 тур  
направления  
«Туризм»  
Иванова Ольга Евгеньевна

Научный руководитель:  
канд. Филос.наук, доцент  
Федорова Марина Владимировна

Нижегород  
2015

I. Стандарты:

1. ГОСТ 7.60-2003 СИБИБД. Издания. Основные виды. Термины и определения (с поправкой). – М.: ИПК «Издательство стандартов», 2004. – 29 с.

II. Нормативно-правовые акты:

2. Федеральный Закон РФ «О Рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/advert/> – Дата обращения: 08.11.2020.

3. Федеральный Закон РФ «О Средствах массовой информации» (Закон о СМИ) от 27.12. 1991 № 2124-1 (действующая редакция от 01.09.2013) / [электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/smi/> – Дата обращения: 08.11.2020.

III. Энциклопедии и справочные издания:

4. Брокгауз, Ф.А. Иллюстрированный энциклопедический словарь Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона. Т 1-16 / Ф.А. Брокгауз, И.А. Ефрон. – М.: Эксмо, 2005. – 4096 с.

5. Русская периодическая печать: справочник / А.Г. Дементьев [и др.] – М.: Гос. изд-во политической литературы, 1959. – 835 с.

IV. Монографии и учебные пособия:

6. Алешина, И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров / И.В. Алешина. – М.: ИКФ Эксмо, 2002. 480 с.

7. Антипов, К.В. Паблик рилейшнз / К.В. Антипов, Ю.К. Баженов. – М.: ИД Дашков и Ко, 2012. 145 с.

8. Архангельская И.Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации /Архангельская И.Б., Мезина Л. Г., Архангельская А.С. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 171 с.

V. Статьи из периодических изданий:

9. Архипов Н. Я. Новые технологии на рынке наружной рекламы/ Н. Я. Архипов // Реклама - 2005. - Т. 6, № 2. - С. 81-84.
10. Козлов, Н. С. Теория и практика медиапланирования / Н. С. Козлов, Л. Ф. Гладков // Маркетинг в России и за рубежом. - 2001. - № 1. - С. 16 – 25.
11. Макаров А.А., Исследование коммуникационной результативности SMM малых и средних предприятий на примере рекламных публикаций в сообществах «ВКонтакте»/А.А. Макаров, Я.В. Васильева // Практический маркетинг. 2020. №1 (275). – С. 10-17.

Mukai, K. Determination of phosphorus in hypereutectic aluminiumsilicon alloys / K. Mukai // Talanta. – 1972. – Vol. 19, № 4. – P. 489–495. VII. Авторефераты диссертаций, диссертации и иные научные исследования: 15. Антипьева, Н.В. Правовое регулирование социальной защиты инвалидов Российской Федерации: дисс...канд. юрид. наук: 12.00.05 / Антипьева Наталья Валерьевна. – Омск: ОГУ, 2000. – 245 с. 16. Климчук, М.А. Научно-популярные журналы России: опыт типологического анализа: дипломная работа / М.А. Климчук. – Н.Новгород: ННГУ, 2014. – 82 с. 50 17. Константинова, Е.Г. Научно-популярное телевидение: специфика функционирования и перспективы развития: автореф. дисс...к.ф.н.: 10.01.10 / Константинова Елена Григорьевна. – М.: МГУ, 2010. – 29 с. VIII. Источники: 18. Вокруг света. – 2014. – №1-12. 19. National Geographic Россия. – 2011-2015. – №88-147. IX. Электронные ресурсы: 20. Парафонова, В.А. Научно-популярные журналы в дореволюционный период / В.А. Парафонова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/897>. – Дата обращения: 14.04.2017. 21. Сайт газеты «Здравствуйте, люди!» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.invamagazine.ru>. – Дата обращения: 09.04.2018.

*Книги одного, двух, трех авторов*

1. Алешина, И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров / И.В. Алешина. – М.: ИКФ Эксмо, 2002. 480 с.
2. Антипов, К.В. Паблик рилейшнз / К.В. Антипов, Ю.К. Баженов. – М.: ИД Дашков и Ко, 2002. 145 с.

3. Гундарин, М. Книга руководителя отдела PR. Практические рекомендации / М. Гундарин. – СПб.: Питер, 2009. 336 с.
4. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: теория и практика / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: Дело, 2010. 608 с.

*Книги четырех и более авторов, а также сборники статей*

5. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Теория и практика / Ф. Смит, А. Венсен, Д. Тюрнг, Г. Вюнш. - М.: Мир, 2005. - 531 с.
6. Реклама: тренды и прогнозы / П. Бунша, Н. М. Кузьмин, Л. Левин и др. - М.: Наука, 2003. - 165 с.
7. Особенности развития телевизионной рекламы на современном этапе: Сб. ст. / Отв. ред. А. Т. Гончаренко, Б. И. Шевченко. - Киев: Наукова думка, 1999. - 119 с.
8. Promotion in social networks/ E. C. Subbaro, D. Chester, M. F. Merriam, V. Richards. - New York: McGraw-Hill, 2002. - 274 p.

*Статьи из журналов и газет*

9. Архипов, Н. Я. Новые технологии на рынке наружной рекламы/ Н. Я. Архипов // Реклама - 2005. - Т. 6, № 2. - С. 81-84.
10. Козлов, Н. С. Теория и практика медиапланирования / Н. С. Козлов, Л. Ф. Гладков // Маркетинг в России и за рубежом. - 2001. - № 1. - С. 16 - 25.

*Диссертация*

11. Григорьев, Т. Г. Жанрово-стилистические особенности рекламы в газете «Коммерсант»: Дис.-.канд. филол. наук: 10.01.10 / Т. Григорьев. - Москва, 2009. - 169 с.

*Автореферат диссертации*

12. Григорьев, Т. Г. Жанрово-стилистические особенности рекламы в газете «Коммерсант»: Автореф. дис... филол. наук: 10.01.10 / Т. Григорьев. - Москва, 2009. - 21 с.

Интернет-источники (Дата обращения 24.01.2015)

1. Макарычев, А.С. Генеалогия анархии, семантика реванша. Россия глазами зарубежных экспертов [Электронный ресурс] //

- Неприкосновенный запас № 3 (95), 2014. URL:  
<http://www.nlobooks.ru/node/5050>.
2. Chomsky, N. What Makes Mainstream Media [электронный ресурс]. URL:  
[www.chomsky.info/articles/199710--.htm](http://www.chomsky.info/articles/199710--.htm) (Дата обращения 24.01.2015)
  - 3.

*Примерные темы выпускных квалификационных работ по направлению подготовки  
43.03.02 Туризм*

1. Формирование программ развития туризма в малых городах России (на примере).
2. Стратегии коммуникативной политики региона на примере формирования территориального туристского продукта.
3. Принципы формирования региональных программ развития туризма (на примере региона, страны).
4. Формирование и продвижение имиджа туристской территории (на примере турцентра, региона, страны).
5. Формирование программ развития малых музеев в городах России (на примере).
6. Стратегии развития (музеев, тематических парков, историко-культурных центров, музеев-заповедников) на примере региона, страны.
7. Достопримечательности региона (территории) как инструмент формирования позитивного имиджа (на примере региона, страны).
8. Формирование медиаимиджа туристской территории (на примере региона, страны).
9. Формированию бизнес-имиджа туристской территории (на примере региона, страны).
10. Формированию социоимиджа туристской территории (на примере).
11. Формирование бренда туристской территории (на примере региона, страны).
12. Формирование корпоративных программ на предприятиях туризма.
13. Технологии медиа-релейшнз на предприятиях туризма.
14. Формирование креативной концепции предприятий туризма.
15. Формированию и продвижению туристского продукта (тура) на предприятии.
16. Методы продвижения и продаж продукции турфирмы через Интернет (на примере).
17. Технологии продаж туристских продуктов (услуг) на предприятии.
18. Рекламная деятельность на туристском предприятии.
19. Принципы формирования рекламной кампании туристского предприятия.
20. Технологии организации обслуживания туристов (потребителей) на туристском предприятии.
21. Принципы формирования фирменного стиля туристского предприятия.
22. Принципы формирования корпоративной культуры туристского предприятия.
23. Тренинговые программы как способ развития эффективных коммуникаций на предприятии.
24. Системы обучения персонала туристского предприятия
25. Организация связей с общественностью на туристском предприятии.
26. Организация эффективного транспортного обслуживания туристов (потребителей) на туристском предприятии.
27. Организации экскурсионного обслуживания туристов (потребителей) на туристском предприятии.
28. Принципы организации web-сайта туристского предприятия.
29. Стратегические партнерские программы туристских компаний (на примере сфер транспорта, связи, страхования, финансов и пр.).
30. Формы и методы страхования туристов (потребителей) на туристском предприятии.
31. Методы развития экскурсионно-познавательного туризма (на примере регионов России и зарубежных стран).
32. Проблемы развития спортивного (горнолыжного, альпинизма, дайвинг, серфинг и пр.) туризма (на примере регионов России и зарубежных стран).
33. Проблемы развития лечебно-оздоровительного туризма (на примере регионов России и зарубежных стран).
34. Проблемы развития религиозного туризма (на примере регионов России и зарубежных стран).
35. Проблемы развития делового туризма (на примере регионов России и зарубежных стран).
36. Проблемы развития образовательного туризма (на примере регионов России и зарубежных стран).

37. Проблемы развития конгрессного туризма (на примере регионов России и зарубежных стран).
38. Формы развития МТСЕ-индустрии (на примере регионов России и зарубежных стран).
39. Проблемы развития экологического туризма (на примере регионов России и зарубежных стран).
40. Событийный туризм в системе туристической индустрии (на примере регионов России и зарубежных стран).
41. Агротуризм в системе туристической индустрии (на примере регионов России и зарубежных стран).
42. Проблемы развития этнического туризма (на примере регионов России и зарубежных стран).
43. Гастрономический туризм в системе туристической индустрии (на примере регионов России и зарубежных стран).
44. Проблемы развития круизного туризма (на примере регионов России и зарубежных стран).
45. Культурное наследие народа как основа для развития туристического региона.
46. Концепции брендинга предприятия (на примере предприятия сферы туризма).
47. Методы рекламной стратегии компании (на примере предприятия сферы туризма).
48. Коммуникационные стратегии Public Relations компании (на примере предприятия сферы туризма).
49. Фирменный стиль предприятия сферы туризма.
50. Интернет как инструмент позиционирования и продвижения продуктов и услуг предприятия сферы туризма.
51. Стандарты профессиональной этики предприятия сферы туризма.
52. Методы совершенствования экскурсионного обслуживания (на примере предприятия сферы туризма).
53. Подготовка кадров для предприятия туризма.
54. Формирование маркетинговой стратегии предприятия сферы туризма.
55. Выставка и ярмарка в туризме и их значение для деятельности предприятия.
56. Историко-культурные аспекты туризма.
57. Транспортное обеспечение обслуживания в туризме (по видам транспорта).
58. Роль туристических организаций в создании привлекательного туристического образа дестинации и её продвижение на международном рынке туристических услуг.
59. Роль инновационных информационных ресурсов и систем в туризме.
60. Бизнес-планирование на предприятии в сфере туризма: понятие цели, задача и его разработка.
61. Факторы и пути повышения эффективности предпринимательства в сфере туризма (на примере предприятия).
62. Комплекс маркетинговых коммуникаций на предприятиях туризма.
63. Маркетинговые исследования в деятельности предприятия туризма.
64. Совершенствование деятельности организации на основе анализа внутренней и внешней среды предприятия туризма.
65. Организационные формы предприятия туризма в условиях рыночной экономики.
66. Проблемы сертификации услуг туристических фирм в современных условиях.
67. Информационное обеспечение деятельности туристического предприятия.
68. Информационные технологии в исследовании туристических ресурсов.
69. Инновации в разработке и внедрении туристического продукта.
70. Технологии публичных рилейшнз на предприятиях туризма.
71. Прогрессивные технологии обслуживания на рынке туристических предприятий Нижнего Новгорода.
72. Рекламная политика туристических предприятий Нижнего Новгорода.
73. Роль туристических фирм Нижнего Новгорода в развитии внутреннего туризма.
74. Тенденции развития туристического рынка Нижнего Новгорода.
75. Туристические ресурсы одного из регионов России (по выбору) и перспективы их использования.
76. Проектирование развития туризма в крупных городах России (например, Нижнего Новгорода и др.).

77. Перспективы развития туризма в малых городах России (на примере городов Нижегородской области).
78. Перспективы развития туризма в Нижнем Новгороде (по видам туризма).
79. Экологический туризм и перспективы его развития в регионе.
80. Перспективы развития паломнического туризма в Нижнем Новгороде и Нижегородской области.
81. Паломнические туры за рубеж.
82. Направления развития познавательного туризма в Нижнем Новгороде.
83. Направления развития образовательного туризма в Нижнем Новгороде.
84. Направления развития делового туризма в Нижнем Новгороде.
85. Перспективы развития этнографического туризма в России (регион – по выбору).
86. Проблемы продвижения Нижнего Новгорода на мировой рынок туристских услуг.
87. Народные промыслы как аттракция современного туризма (по отдельным видам промыслов).
88. Государственная система управления туризмом в России, проблемы её развития и совершенствования.
89. Проблемы стандартизации и сертификации туристского продукта.
90. Применение стандартизации в сфере туризма как инструмент повышения качества туристских услуг.
91. Проблемы развития социального туризма в Российской Федерации.
92. Особенности организации туристской деятельности на особо охраняемой природной территории (по выбору: национальный парк, природный парк, охотничий заказник и др.).
93. Стратегии сегментирования рынка туристских услуг (на конкретном примере туристского рынка).
94. Стратегии маркетинга мест, территории (страны, региона, края, области, города).
95. Анимационная программа в составе турпродукта.

