

Принято:

Ученым советом ФГБОУ ВО

«РГУТИС»

Протокол № 8 от 19.01.2026 г.

Утверждено:

Первый проректор

Н.Г.Новикова

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы *бакалавриата*

по направлению подготовки: 43.03.02 Туризм

направленность (профиль): Маркетинг туристских продуктов и сервисов

Квалификация: *бакалавр*

Год начала подготовки: 2026

Разработчики:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.э.н., доцент Костромина Е.А.</i>	<i>доцент</i>
<i>профессор</i>	<i>д.э.н., доцент Виноградова М.В.</i>	<i>профессор</i>

ФОС ГИА согласован и одобрен директором ОПОП:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.филол.н., доцент Костромина Е.А.</i>	<i>доцент</i>

ФОС ГИА утвержден Ученым советом высшей школы:

наименование высшей школы	номер и дата протокола
<i>Высшая школа бизнеса, менеджмента и права</i>	№5 от «18» декабря 2025 г.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 2
--	--	---------------------------------------

Содержание

1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы.....	3
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.....	6
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения основной образовательной программы.....	9
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.....	20

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

Индекс компетенции, индикаторов достижения компетенции	Содержание компетенции (индикаторы)		
	знания	умения	навыки
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Методологии поиска, критического анализа и синтеза информации, принципы системного подхода	Проводить поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Принципов выбора оптимальных способов решения задач и достижения поставленных целей, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	определения круга задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	принципов социального взаимодействия и реализации своей роли в команде	осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	правила коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия во внутренней и внешней среде туристского предприятия	организовать процесс деловой коммуникации при предоставлении туристского обслуживания	навыками владения английским языком или другим иностранным языком с учетом характеристик туристов на уровне, обеспечивающем эффективные профессиональные коммуникации



Индекс компетенции, индикаторов достижения компетенции	Содержание компетенции (индикаторы)		
	знания	умения	навыки
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Базовые принципы межкультурного взаимодействия	воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Навык восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Принципы самоорганизации и самоменеджмента, принципы образования в течение всей жизни	управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	Принципы и методы создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	применения технологических новаций и современного программного обеспечения в туристской сфере
ОПК-2. Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью	основные функции управления структурными подразделениями объектов туристской сферы	осуществлять основные функции управления структурными подразделениями объектов	осуществления основных функций управления структурными подразделениями объектов

Индекс компетенции, индикаторов достижения компетенции	Содержание компетенции (индикаторы)		
	знания	умения	навыки
ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	теоретические основы качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	туристской сферы обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	туристской сферы навыками обеспечения качества услуг в избранной сфере профессиональной деятельности
ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	методы исследования туристского рынка, принципы организации продаж и продвижения туристского продукта	осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	исследования туристского рынка, организации продаж и продвижения
ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность деятельности организаций избранной сферы профессиональной деятельности	Методики экономического обоснования решений, принципы экономической эффективности деятельности организаций избранной сферы профессиональной деятельности	принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность деятельности организаций избранной сферы профессиональной деятельности	принятия экономически обоснованных решений, обеспечения экономической эффективности деятельности организаций избранной сферы профессиональной деятельности
ОПК-6. Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности.	Основы российского и международного права, профессиональную нормативно-правовую базу	применять нормативно-правовую базу в соответствии с Законодательством РФ и международного права при осуществлении профессиональной деятельности	применения нормативно-правовой базы в соответствии с Законодательством РФ и международного права при осуществлении профессиональной деятельности
ПК-1 Способен осуществлять комплексные маркетинговые исследования туристских	методологию комплексных маркетинговых исследований	организовывать и осуществлять сбор,	навыками применения современных цифровых



Индекс компетенции, индикаторов достижения компетенции	Содержание компетенции (индикаторы)		
	знания	умения	навыки
рынков и анализ потребительского поведения с применением современных цифровых инструментов и методов прогнозирования спроса	туристских рынков; теоретические основы анализа потребительского поведения туристов; современные цифровые инструменты сбора и анализа маркетинговой информации; методы прогнозирования спроса с применением искусственного интеллекта; факторы, влияющие на выбор туристических услуг и поведение потребителей; технологии обработки больших данных о туристической деятельности; подходы к сегментированию туристского рынка и выявлению перспективных направлений	систематизацию и анализ первичной и вторичной информации о туристских рынках; применять цифровые инструменты для изучения потребительского поведения и предпочтений туристов; прогнозировать спрос на туристские продукты и услуги с использованием специализированного программного обеспечения; оценивать рыночные тенденции и выявлять перспективные туристские направления; формировать обоснованные выводы и практические рекомендации по результатам исследований для разработки стратегий продвижения туристских продуктов	инструментов и платформ для маркетинговых исследований; технологиями сбора и анализа больших массивов данных о потребительском поведении; методиками прогнозирования спроса с использованием алгоритмов искусственного интеллекта; навыками визуализации результатов исследований и подготовки презентаций для принятия управленческих решений; методологией оценки влияния различных факторов на выбор туристических услуг; инструментами формирования рекомендаций по оптимизации туристского сервиса
ПК-2 Способен осуществлять полный цикл управления туристскими продуктами, в том числе разрабатывать и оптимизировать туристский продукт, обосновывать ценовую политику на основе анализа рынка,	методологию управления полным циклом туристского продукта; принципы разработки и оптимизации туристских продуктов;	разрабатывать туристские продукты с учетом особенностей целевой аудитории, конкурентной среды и особенностей	методиками разработки и оптимизации туристских продуктов на основе анализа потребительской обратной связи; технологиями



Индекс компетенции, индикаторов достижения компетенции	Содержание компетенции (индикаторы)		
	знания	умения	навыки
проектировать эффективные каналы сбыта и инструменты продвижения, оценивать экономическую эффективность с применением современных методов аналитики	методы анализа целевой аудитории и конкурентной среды в туризме; теорию ценообразования в туристической отрасли; системы распределения и продаж туристических продуктов; методики оценки экономической эффективности туристических продуктов; современные финансовые методы анализа, прогнозирования спроса и моделирования бизнес-сценариев в туризме	туристских направлений; определять ключевые характеристики туристских продуктов и формировать предложения по их оптимизации; обосновывать ценовую политику с учетом рыночной конъюнктуры и потребительских предпочтений; проектировать эффективные каналы сбыта и разрабатывать стратегии продвижения; оценивать экономическую эффективность туристских продуктов и принимать обоснованные управленческие решения для оптимизации бизнес-процессов	ценообразования в туристической отрасли с применением цифровых маркетинговых инструментов; навыками проектирования и управления каналами сбыта и продвижения; методами финансового анализа эффективности туристических продуктов; инструментами моделирования сценариев развития туристского бизнеса; технологиями оценки рыночной конъюнктуры и конкурентного окружения для принятия стратегических решений
ПК-3 Способен формировать и продвигать туристические бренды посредством разработки и реализации интегрированных маркетинговых коммуникаций с акцентом на цифровые технологии	теоретические основы формирования и позиционирования туристических брендов; принципы разработки интегрированных маркетинговых коммуникаций; особенности	разрабатывать концепции и стратегии позиционирования туристических брендов на основе комплексного анализа целевой аудитории и конкурентной среды; проектировать и реализовывать	современными технологиями разработки концепций туристических брендов; цифровыми инструментами продвижения брендов в туризме; навыками создания и управления контентом для социальных медиа и



Индекс компетенции, индикаторов достижения компетенции	Содержание компетенции (индикаторы)		
	знания	умения	навыки
	цифровых каналов продвижения в туризме; методы создания и распространения контента для социальных сетей; технологии таргетированной рекламы и контент-маркетинга; методики анализа эффективности маркетинговых коммуникаций; метрики для оценки вовлеченности, конверсии и лояльности потребителей в туристической сфере	интегрированные маркетинговые коммуникации с акцентом на цифровые каналы; создавать контент для социальных сетей и настраивать таргетированную рекламу; организовывать взаимодействие с целевой аудиторией туристических брендов через цифровые платформы; оценивать эффективность маркетинговых коммуникаций на основе анализа метрик вовлеченности, конверсии и лояльности потребителей	цифровых платформ; инструментами таргетированной рекламы и контент-маркетинга для туристических направлений; методиками комплексного анализа эффективности цифровых коммуникаций; технологиями оценки вовлеченности и формирования лояльности потребителей к туристическим брендам; инструментами мониторинга и управления репутацией туристических направлений в цифровой среде
ПК-4 Способен разрабатывать и реализовывать стратегические маркетинговые планы развития туристских предприятий и направлений с использованием современных управленческих подходов и инструментов аналитики	методологию разработки стратегических маркетинговых планов для туристских предприятий; теоретические основы и инструменты анализа внутренних и внешних факторов в туризме; методы сегментирования рынка и позиционирования	разрабатывать стратегические маркетинговые планы развития туристских предприятий и направлений на основе комплексного анализа рыночной ситуации; применять современные управленческие подходы для координации деятельности подразделений;	технологиями стратегического планирования в сфере туризма; методиками комплексного анализа внутренних ресурсов и внешней среды туристических предприятий; навыками управления маркетинговыми проектами и координации деятельности различных



Индекс компетенции, индикаторов достижения компетенции	Содержание компетенции (индикаторы)		
	знания	умения	навыки
	туристского продукта; современные управленческие подходы в маркетинге туристических организаций; принципы бюджетирования и оптимизации маркетинговых активностей; современные инструменты цифрового продвижения в туризме; методики анализа эффективности реализации стратегических планов	оптимизировать бюджет маркетинговых активностей с учетом их эффективности; применять современные цифровые инструменты продвижения туристических продуктов; анализировать эффективность реализации стратегических маркетинговых планов с использованием современных инструментов аналитики; вносить обоснованные корректировки в маркетинговую стратегию для повышения ее результативности	подразделений; инструментами бюджетирования маркетинговых активностей и их оптимизации; современными цифровыми платформами для продвижения туристических предприятий; методиками оценки эффективности стратегических планов с использованием рыночных метрик и данных о поведении потребителей; технологиями оперативного реагирования и корректировки маркетинговой стратегии в условиях динамичного рынка
ПК-5 Способен применять инновационные технологии и актуальные данные для оптимизации маркетинговых решений в туристской деятельности с учетом устойчивого развития и потребностей различных сегментов рынка	современные технологии сбора, обработки и анализа больших данных в туризме; методы сегментирования туристского рынка с применением искусственного интеллекта; технологии геолокационных сервисов, мобильных приложений,	применять современные технологии для сбора, обработки и анализа данных в целях сегментации туристского рынка; выявлять потребности целевых аудиторий и оценивать их потребительское поведение с использованием цифровых	навыками работы с большими данными и их аналитическими платформами в туристической сфере; технологиями искусственного интеллекта для прогнозирования потребительского поведения; инструментами геолокационных сервисов и



Индекс компетенции, индикаторов достижения компетенции	Содержание компетенции (индикаторы)		
	знания	умения	навыки
	виртуальной и дополненной реальности в туризме; принципы персонализации туристских предложений; концепцию устойчивого развития в туристической отрасли; основные принципы и практики ответственного туризма; методы интеграции экологических, социальных и экономических аспектов в маркетинговые стратегии	инструментов и искусственного интеллекта; внедрять инновационные технологии в маркетинговые коммуникации для оптимизации продвижения туристических продуктов; персонализировать туристические предложения на основе анализа данных потребителей; интегрировать принципы устойчивого развития в маркетинговые стратегии и решения при разработке и продвижении туристских продуктов для различных сегментов рынка	мобильных приложений для персонализации туристического опыта; технологиями виртуальной и дополненной реальности для создания иммерсивных туристических предложений; методиками интеграции принципов устойчивого развития в маркетинговые стратегии; навыками разработки экологически и социально ответственных туристических продуктов; технологиями создания и продвижения туристических брендов, ориентированных на принципы ответственного туризма

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

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Показатель оценивания компетенции	Критерий оценивания	Шкала оценивания
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	знает/не знает умеет/ не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	знает/не знает владеет/не владеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
ОПК-1	. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	знает/не знает владеет/не владеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
ОПК-2	Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
ОПК-3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная



ОПК-5	. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность деятельности организаций избранной сферы профессиональной деятельности	знает/не знает владеет/не владеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
ОПК-6	Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности.	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
ПК-1	Способен осуществлять комплексные маркетинговые исследования туристских рынков и анализ потребительского поведения с применением современных цифровых инструментов и методов прогнозирования спроса	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
ПК-2	Способен осуществлять полный цикл управления туристскими продуктами, в том числе разрабатывать и оптимизировать туристский продукт, обосновывать ценовую политику на основе анализа рынка, проектировать эффективные каналы сбыта и инструменты продвижения, оценивать экономическую эффективность с применением современных методов аналитики	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
ПК-3	Способен формировать и продвигать туристические бренды посредством разработки и реализации интегрированных маркетинговых коммуникаций с акцентом на цифровые технологии	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
ПК-4	Способен разрабатывать и реализовывать стратегические маркетинговые планы развития туристских предприятий и направлений с использованием современных управленческих подходов и инструментов аналитики	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная
ПК-5	Способен применять инновационные технологии и актуальные данные для оптимизации маркетинговых решений в туристской деятельности с учетом устойчивого развития и потребностей различных сегментов рынка	знает/не знает умеет/не умеет	уровень умений/владения, уровень и глубина знаний	пятибалльная

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 13
---	---	-----------------------------

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

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

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

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

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

3.1. Выпускная квалификационная работа - Бакалаврская работа

3.1.1. Перечень тем для выпускной квалификационной работы

1. Разработка и внедрение системы персонализированных туристских предложений туроператора (на примере...)
2. Оптимизация ценовой политики туроператора (на примере...)
3. Формирование стратегии позиционирования и продвижения туристического бренда на рынке внутреннего туризма (на примере...)
4. Повышение эффективности цифровых маркетинговых коммуникаций турагентства (на примере...)
5. Совершенствование системы маркетинговых коммуникаций организации сферы туризма (на примере ...)
6. Разработка системы лояльности для клиентов организации сферы туризма (на примере...)
7. Внедрение технологий искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность туристского предприятия (на примере...)
8. Совершенствование процесса оказания услуг с помощью цифровых технологий (на примере...)
9. Разработка стратегии продвижения туристских продуктов туристской организации (на примере...)
10. Оптимизация клиентского пути в гостиничной сети с помощью цифровых технологий (на примере...)
11. Разработка (совершенствование) программы лояльности для гостиничного комплекса (на примере...)
12. Формирование и продвижение бренда курортного комплекса (на примере...)
13. Внедрение виртуальной и дополненной реальности в маркетинговую стратегию гостиничного комплекса (на примере...)

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 14
--	---	-----------------------------

14. Совершенствование системы управления репутацией предприятия сферы туризма и гостеприимства (на примере...)
15. Разработка цифровой стратегии продвижения музея для привлечения молодежной аудитории (на примере...)
16. Оптимизация клиентского опыта туристского объекта через внедрение мобильных технологий и персонализированных сервисов (на примере...)
17. Разработка системы персонализированных экскурсионных предложений для музея-заповедника (на примере...)
18. Внедрение технологий дополненной реальности в экспозицию музея (музея-заповедника (на примере...)
19. Разработка стратегии брендинга региона как туристической (на примере субъекта Российской Федерации)
20. Формирование имиджа региона как круглогодичной туристической дестинации-(на примере субъекта Российской Федерации)
21. Стратегия позиционирования региона в сегменте экотуризма и активного отдыха (на примере субъекта Российской Федерации)
22. Разработка системы управления брендом дестинации на основе анализа конкурентной среды и потребительских предпочтений (на примере...)
23. Формирование бренда Арктической зоны России как туристической дестинации.
24. Разработка стратегии брендинга города как туристической дестинации (на примере...)
25. Оптимизация туристского опыта города через внедрение единой цифровой платформы управления клиентским путем (на примере...)
26. Разработка системы управления репутацией туристической дестинации на основе анализа цифровых данных и социальных медиа (на примере...)
27. Формирование бренда национального туристского маршрута: стратегия позиционирования и цифровое продвижение (на примере...)
28. Разработка системы персонализированных туристских предложений для курортного комплекса (на примере...)
29. Разработка системы управления клиентским опытом в туристском комплексе (на примере...)
30. Разработка стратегии позиционирования и продвижения туристско-рекреационного комплекса (на примере...)
31. Разработка программы лояльности для гостей туристско-оздоровительного комплекса (на примере...)
32. Применение технологий искусственного интеллекта для прогнозирования спроса и оптимизации загрузки инфраструктуры курортного комплекса (на примере...)
33. Разработка стратегии цифрового продвижения туристского комплекса (на примере...)
34. Оптимизация каналов сбыта услуг туристского предприятия (на примере...)
35. Совершенствование системы управления репутацией туристского комплекса (на примере...)
36. Совершенствование сбытовой политики туристского предприятия (на примере...)
37. Разработка концепции цифрового сервиса для продвижения и сбыта туристских услуг
38. Разработка плана маркетинга цифрового туристского сервиса (на примере...)
39. Разработка плана маркетинга туристского предприятия (на примере....)
40. Разработка программы продвижения туристского предприятия (на примере....)



41. Разработка программы продвижения нового продукта на туристическом рынке (на примере...)
42. Совершенствование ценовой политики туристского предприятия (на примере...)
43. Совершенствование ценовой политики гостиничного предприятия (на примере...)
44. Совершенствование ассортиментной политики туристского предприятия (на примере...)
45. Повышение конкурентоспособности цифровой платформы на рынке туристических услуг (на примере...)
46. Совершенствование ценовой политики цифровой платформы для онлайн-бронирования отелей и туристических услуг (на примере...)
47. Совершенствование политики продвижения цифровой платформы для онлайн-бронирования отелей и туристических услуг (на примере...)
48. Тема, в формате "Стартап как диплом"
49. Темы, сформулированные студентом по согласованию с руководителем выпускной квалификационной работы
50. Темы по заказу конкретного предприятия.

Научно-исследовательские темы ВКР

1. Теоретические основы и методология персонализации туристских услуг на основе анализа поведенческих данных клиентов
2. Исследование закономерностей формирования потребительских предпочтений в сфере туризма на основе цифровых следов
3. Разработка методики сегментации туристской аудитории с использованием технологий искусственного интеллекта
4. Анализ факторов влияния на персонализацию туристского опыта в условиях цифровой трансформации отрасли
5. Теоретические подходы к формированию динамической ценовой политики в туристической отрасли
6. Методология прогнозирования спроса на туристические продукты с применением искусственного интеллекта
7. Исследование конкурентной среды и ее влияние на стратегии ценообразования в гостиничном бизнесе
8. Разработка модели оптимизации загрузки инфраструктуры курортных комплексов на основе прогнозирования спроса
9. Теоретические основы формирования бренда туристической дестинации в условиях глобальной конкуренции
10. Исследование стратегий позиционирования регионов России как туристических направлений
11. Методология интеграции принципов устойчивого развития в брендинг туристических дестинаций
12. Анализ кросс-культурных особенностей в формировании имиджа туристических регионов
13. Теоретические подходы к формированию цифровой стратегии продвижения туристских продуктов
14. Исследование эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере туризма
15. Методология оценки влияния цифровых отзывов на формирование имиджа туристических предприятий

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 16
--	---	-----------------------------

16. Разработка концепции цифрового сервиса для продвижения и сбыта туристских услуг
17. Теоретические основы применения искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности туристских предприятий
18. Исследование потенциала технологий виртуальной и дополненной реальности в туристической отрасли
19. Методология внедрения цифровых технологий для оптимизации клиентского пути в гостиничном бизнесе
20. Анализ влияния технологий дополненной реальности на вовлеченность аудитории в музейных пространствах
21. Теоретические подходы к формированию системы лояльности в туристической отрасли
22. Исследование жизненного цикла клиента в сфере туризма и гостеприимства
23. Методология управления репутацией туристических предприятий на основе анализа цифровых данных
24. Разработка системы сквозной аналитики взаимодействия гостя с сервисами туристского комплекса
25. Теоретические основы формирования бренда региона как туристической дестинации
26. Исследование стратегий позиционирования городов России в сегменте экотуризма и активного отдыха
27. Методология оценки эффективности цифровых маркетинговых кампаний по продвижению туристических возможностей регионов
28. Анализ баланса между коммерческими интересами и принципами устойчивого развития в формировании бренда Арктической зоны России
29. Теоретические подходы к оптимизации бизнес-процессов в туристских комплексах через внедрение бережливых подходов
30. Исследование стратегий позиционирования курортных комплексов на рынке туристических услуг
31. Методология формирования имиджа гостиничных сетей как круглогодичных курортных дестинаций
32. Анализ эффективности программ лояльности для гостей туристско-оздоровительных комплексов
33. Теоретические основы разработки стратегии брендинга музеев для привлечения молодежной аудитории
34. Исследование методов формирования бренда национальных парков с интеграцией цифровых технологий
35. Методология разработки системы персонализированных экскурсионных предложений для музеев-заповедников
36. Анализ влияния цифровых технологий на сохранение и популяризацию культурного наследия
37. Теоретические подходы к повышению конкурентоспособности цифровых платформ на рынке туристических услуг
38. Исследование стратегий оптимизации каналов сбыта услуг туристских предприятий в цифровой среде
39. Методология совершенствования ассортиментной политики туристских предприятий в условиях цифровой трансформации
40. Анализ тенденций развития цифровых туристских сервисов и их влияние на потребительское поведение

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 17</i>
---	---	------------------------------------

Сформулированные примерные темы ВКР могут быть реализованы на примере:

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



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

Код компетенции	Содержание компетенции	Совокупность заданий ВКР			
		Теоретическая часть	Аналитическая часть	Практическая часть	Защита ВКР
1	2	3			
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	+	+	+	
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	+	+	+	+
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	+	+	+	+
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	+	+	+	+
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	+	+	+	+
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	+	+	+	+
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.			+	
ОПК-1	Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере		+	+	+
ОПК-2	Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью			+	
ОПК-3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности			+	
ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта		+	+	



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК РГУТИС

Лист 19

ОПК-5	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность деятельности организаций избранной сферы профессиональной деятельности			+	
ОПК-6	Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности.	+	+	+	+
ПК-1	Способен осуществлять комплексные маркетинговые исследования туристских рынков и анализ потребительского поведения с применением современных цифровых инструментов и методов прогнозирования спроса	+	+	+	
ПК-2	Способен осуществлять полный цикл управления туристскими продуктами, в том числе разрабатывать и оптимизировать туристский продукт, обосновывать ценовую политику на основе анализа рынка, проектировать эффективные каналы сбыта и инструменты продвижения, оценивать экономическую эффективность с применением современных методов аналитики	+	+	+	+
ПК-3	Способен формировать и продвигать туристические бренды посредством разработки и реализации интегрированных маркетинговых коммуникаций с акцентом на цифровые технологии	+	+	+	+
ПК-4	Способен разрабатывать и реализовывать стратегические маркетинговые планы развития туристских предприятий и направлений с использованием современных управленческих подходов и инструментов аналитики	+	+	+	+
ПК-5	Способен применять инновационные технологии и актуальные данные для оптимизации маркетинговых решений в туристской деятельности с учетом устойчивого развития и потребностей различных сегментов рынка	+	+		

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 20
---	---	--

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

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

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

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

При оценивании учитываются 5 равновесных модульных параметров:

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



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК РГУТИС

Лист 21

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