

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. директора  
Дата подписания: 29.03.2024 15:31:10  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a3578d740031

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ СЕРВИСА И ОТРАСЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор

\_\_\_\_\_ А.В. Воронин

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ПРОГРАММА**

государственной итоговой аттестации  
выпускников по направлению подготовки  
43.04.03 «Гостиничное дело»

Направленность (профиль): Маркетинг в индустрии гостеприимства

Квалификация: магистр

Рассмотрено на заседании Учёного совета  
Института сервиса и отраслевого управления  
Протокол от «05» мая 2023 г. № 11  
Секретарь \_\_\_\_\_ Н.Н. Александрова

## 1. Общие положения

1.1. Целью государственной итоговой аттестации (ГИА) выпускников, освоивших основную профессиональную образовательную программу высшего образования (ОПОП ВО) по направлению подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело», направленность «Маркетинг в индустрии гостеприимства), является установление уровня развития и освоения выпускником компетенций и качества его подготовки к профессиональной деятельности в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) - магистратура по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело, утвержденного приказом Министерства высшего образования и науки России от 15 июня 2017 года № 558.

1.2. ГИА по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело (направленность Маркетинг в индустрии гостеприимства) включает следующие виды аттестационных испытаний:

- государственный экзамен (ГЭ), позволяющий выявить и оценить теоретическую подготовку к решению профессиональных задач в соответствии с областями, сферами и типами задач профессиональной деятельности, установленными ОПОП ВО.

- защита выпускной квалификационной работы (ВКР) по одной из тем, отражающих актуальную проблематику профессиональной деятельности в сфере гостиничного дела.

Объем ГИА составляет 9 з.е., из них:

ГЭ, включая подготовку к экзамену и сдачу экзамена – 3 з.е. (2 недели); 108 час., в т.ч.: контактная работа (установочные лекции и консультации перед экзаменом) – 10 часов;

ВКР, включая подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы – 6 з.е., 216 часов, в т.ч. контактная работа (консультации с руководителем)

– 10 часов.

1.3. Характеристика профессиональной деятельности выпускников

Таблица 1

Область профессиональной деятельности	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности или области знаний
33. Сервис, оказание услуг населению	Организационно-управленческая деятельность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- стратегическое управление деятельностью предприятий сферы гостеприимства;</li> <li>- управление инновационной деятельностью предприятий сферы гостеприимства.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- организации сферы гостеприимства (гостиницы и другие средства размещения);</li> <li>- органы государственной власти, реализующие функции государственного регулирования сферы гостеприимства;</li> <li>- общественные организации и объединения работодателей, занимающиеся вопросами саморегулирования сферы гостеприимства;</li> </ul>
	Научно-исследовательская деятельность	– применение современных научных концепций и методов исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию предприятий сферы гостеприимства	<ul style="list-style-type: none"> <li>– организации сферы гостеприимства (гостиницы и другие средства размещения);</li> <li>– услуги (продукты) сферы гостеприимства, включающие в себя основные, дополнительные и сопутствующие услуги, а также технологии их формирования, продвижения и реализации;</li> <li>– технологии обслуживания в сфере гостеприимства, технологическая документация и информационные ресурсы;</li> <li>– потребители услуг (продуктов) сферы гостеприимства, их запросы, потребности и ключевые ценности;</li> <li>– первичные трудовые коллективы сферы гостеприимства;</li> <li>– научно-исследовательские организации, занимающиеся исследованиями сферы гостеприимства;</li> <li>– органы государственной власти, реализующие функции государственного регулирования сферы гостеприимства;</li> <li>– общественные организации и объединения работодателей, занимающиеся вопросами саморегулирования сферы гостеприимства</li> <li>-образовательные организации, занимающиеся подготовкой кадров для сферы гостеприимства;</li> <li>- туристские дестинации и курорты.</li> </ul>

#### 1.4. Требования к результатам освоения ОПОП ВО.

В результате освоения основной образовательной программы у выпускников сформированы компетенции:

- универсальные (УК), общепрофессиональные компетенции (ОПК), установленные ФГОС ВО;
- самостоятельно установленные профессиональные компетенции (ПКС), установленные ОПОП ВО.

## 2. Результаты освоения ОПОП ВО, проверяемые в ходе ГИА

2.1. В ходе ГИА проверяется степень освоения выпускником следующих компетенций, установленных ОПОП ВО:

Универсальные компетенции выпускников (УК) и индикаторы их достижения.

Таблица 2

именование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.
		УК-1.2. Осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации, определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке, предлагает способы их решения.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения, разрабатывает план реализации проекта и осуществляет мониторинг хода его реализации
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (включая критические) людей, с которыми работает/взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий.
		УК-3.2. Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды. Организует обсуждение разных идей и мнений.

Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия; выбирает стиль общения на государственном языке РФ или иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; ведет деловое общение, учитывая требования к деловой устной и письменной коммуникации
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1. Адекватно объясняет особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знания причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей.
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста, демонстрирует умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие управлять своей познавательной деятельностью, самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории

Общепрофессиональные компетенции выпускников (ОПК) и индикаторы их достижения.

Таблица 3

Наименование категории (группы) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
Технологии	ОПК-1. Способен формировать технологическую концепцию организаций размещения и общественного питания, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-1.1. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства в деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Управление	ОПК-2. Способен осуществлять стратегическое управление деятельностью организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-2.1. Разрабатывает и реализует стратегию управления деятельностью организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Качество	ОПК-3. Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-3.1. Формулирует и анализирует задачи системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства
Маркетинг	ОПК-4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1. Разрабатывает и реализует маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Экономика	ОПК-5. Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	ОПК-5.1. Формулирует и анализирует задачи экономической стратегии предприятия выделяя базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи, оценивая достоинства и недостатки
Педагогика	ОПК-6. Способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Анализирует существующие передовые практики и результаты научных исследований в сфере профессиональной деятельности
	ОПК-7. Способен осуществлять педагогическую деятельность по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам	ОПК-7.1 Обобщает отечественный и зарубежный опыт в области педагогической деятельности по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам

Самостоятельно определяемые профессиональные компетенции выпускников (ПКС) и индикаторы их достижения.

Таблица 4

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПКС	Код и наименование индикатора достижения ПКС
Стратегическое управление деятельностью предприятий сферы гостеприимства	- организации сферы гостеприимства (гостиницы и другие средства размещения; - Органы государственной власти, реализующие функции государственного регулирования для сферы гостеприимства; - Общественные организации и объединения работодателей, занимающиеся вопросами саморегулирования сферы гостеприимства	ПКС-1. Способен осуществлять планирование, организацию и контроль деятельности предприятий сферы гостеприимства.	ПКС-1.1. Анализирует и оценивает деятельность гостиничного комплекса
Управление инновационной деятельностью предприятий сферы гостеприимства	- организации сферы гостеприимства (гостиницы и другие средства размещения; - органы государственной власти, реализующие функции государственного регулирования сферы гостеприимства; - общественные	ПКС-2. Способен управлять реформированием и реструктуризацией деятельности предприятий сферы гостеприимства.	ПКС-2.1. Разрабатывает и реализует стратегии развития гостиничного комплекса

	организации и объединения работодателей, занимающиеся вопросами саморегулирования сферы гостеприимства;		
Управление инновационной деятельностью предприятий сферы гостеприимства	- организации сферы гостеприимства (гостиницы и другие средства размещения); - органы государственной власти, реализующие функции государственного регулирования сферы гостеприимства; -общественные организации и объединения работодателей, занимающиеся вопросами саморегулирования сферы гостеприимства;	ПКС-3.Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере гостеприимства с учетом отраслевых новаций.	ПКС-3.1. Управляет проектами и изменениями в гостиничном комплексе
Управление инновационной деятельностью предприятий сферы гостеприимства	- организации сферы гостеприимства (гостиницы и другие средства размещения); - органы государственной власти, реализующие функции государственного регулирования сферы гостеприимства; -общественные организации и объединения работодателей, занимающиеся вопросами саморегулирования сферы гостеприимства;	ПКС-4.Способен управлять внедрением инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства.	ПКС-4.1. Разрабатывает концепции и стратегии развития сети гостиниц

<p>Применение современных научных концепций и методов исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию предприятий сферы гостеприимства</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– организации сферы гостеприимства (гостиницы и другие средства размещения);</li> <li>– услуги (продукты) сферы гостеприимства, включающие в себя основные, дополнительные и сопутствующие услуги, а также технологии их формирования, продвижения и реализации;</li> <li>– технологии обслуживания в сфере гостеприимства, технологическая документация и информационные ресурсы;</li> <li>– потребители услуг (продуктов) сферы гостеприимства, их запросы, потребности и ключевые ценности;</li> <li>– первичные трудовые коллективы сферы гостеприимства;</li> <li>– научно-исследовательские организации, занимающиеся исследованиями сферы гостеприимства;</li> <li>– органы государственной власти, реализующие функции государственного регулирования сферы гостеприимства;</li> <li>– общественные организации и объединения работодателей, занимающиеся вопросами саморегулирования сферы гостеприимства</li> <li>– образовательные организации, занимающиеся</li> </ul>	<p>ПКС-5. Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать инновационные технологии в организации</p>	<p>ПКС-5.1. Внедряет инновационные технологии и изменения в управлении деятельности сети гостиниц с использованием методов научно-исследовательской деятельности</p>
--	---	--	--

	подготовкой кадров для сферы гостеприимства; - туристские дестинации и курорты.		
--	--	--	--

2.2. В рамках проведения государственного экзамена проверяется степень освоения выпускником следующих компетенций: ПКС-1; ПКС-2; ПКС-3; ПКС-4; ПКС-5.

2.3. По итогам защиты выпускной квалификационной работы проверяется степень освоения выпускником следующих компетенций: УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПКС-1, ПКС-2, ПКС-3, ПКС-4, ПКС-5.

### 3. Государственный экзамен

#### 3.1. Структура государственного экзамена.

Государственный экзамен включает ключевые и практически значимые вопросы по дисциплинам (модулям) обязательной части программы и части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплины (модули) части программы, формируемой участниками образовательных отношений:

1. Продвижение гостиничного продукта;
2. Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг;
3. Брендинг и ребрендинг гостиничного продукта;
4. Формирование стратегических маркетинговых программ развития сферы гостеприимства;
5. Экономика организаций сферы гостеприимства;
6. Событийный маркетинг и лояльность потребителей.

#### 3.2. Содержание государственного экзамена.

##### **Продвижение гостиничного продукта.**

Факторы, влияющие на состояние и развитие организации продаж гостиничного продукта в России и регионах. Торговая политика гостиничного предприятия в условиях регионального рынка. Сущность современного клиентоориентированного менеджмента продаж и его социально-экономическое значение. Сущность и содержание процесса продаж продукта и услуг в гостиничном бизнесе. Особенности личной продажи гостиничного продукта. Формы организации и основные направления исследований агентской продажи. Виды организации продаж туроператора на рынке гостинично-ресторанных услуг. Процедуры и операции продаж гостиничного продукта туроператором. Лояльность клиентов турагентств и программа её повышения. Классификация клиентов туроператора и целевые контактные аудитории. Методы анализа основных тенденций развития продаж гостиничного продукта и лояльности клиентов туроператора. Факторы, способствующие расширению продуктовой линейки гостиничного продукта и выход предприятий размещения на смежный рынок медицинского и оздоровительного туризма. Методы обеспечения роста продаж гостиничного продукта. Порядок проведения работ

по формированию стратегий модернизации продаж гостиничного продукта. Современные тенденции модернизации продаж гостиничного продукта. Контакты с клиентом предприятия размещения и их использование для формирования универсального канала сбыта. Cross-selling в процессе продажи гостиничных услуг.

### **Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг.**

Понятие и роль продвижения гостиничных услуг. Понятие социальных сетей и SMM-технологий. Роль SMM-технологий при продвижении компании в сети Интернет. Особенности и специфика коммуникации в социальных сетях. Основы планирования коммуникаций в социальных сетях и блогосфере. Основы реализации коммуникаций в социальных сетях и блогосфере. Методики контроля и анализа эффективности реализации коммуникативных программ в социальных сетях. Продвижение гостиничных услуг и отелей в интернете: способы, особенности. Реклама в гостиничном бизнесе: социальные сети. Тизерная реклама гостиницы в интернете. Контекстная реклама для гостиниц и отелей. Улучшение узнаваемости гостиничного бренда при помощи коммуникации в социальных сетях.

### **Брендинг и ребрендинг гостиничного продукта.**

Стратегические направления развития гостиничного предприятия. Роль маркетинга в управлении гостиничным предприятием. PEST-анализ территории, как инструмент изучения внешней среды гостиничного предприятия. SWOT-анализ предприятия индустрии гостеприимства. Сущность и субъекты маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства. Сегментация рынка в индустрии туризма и гостеприимства. Характеристика основных групп потребителей в маркетинге. Позиционирование и дифференциация предприятия индустрии туризма и гостеприимства. Механизмы формирования имиджа и репутации гостиничного предприятия. Классификация конкурентных преимуществ предприятия индустрии туризма и гостеприимства. Этапы разработки и механизмы внедрения бренда в индустрии гостеприимства. Основные стратегии и функции ребрендинга гостиничного предприятия. Принципы оценки привлекательности брендов в индустрии туризма и гостеприимства. Условия эффективного брендинга в индустрии гостеприимства. Возможности различных медиа-каналов по продвижению бренда в индустрии туризма и гостеприимства. Формирование стратегических маркетинговых программ развития сферы гостеприимства.

### **Экономика организаций сферы гостеприимства.**

Факторы развития гостеприимства. Современные тенденции развития индустрии гостеприимства. Интеграционные процессы в гостиничной индустрии. Понятие, особенности и характеристики гостиничных услуг. Понятие «гостиничный продукт», его свойства. Правила предоставления гостиничных услуг. Экономические показатели гостиничного производства. Гостиницы: понятия, характеристики, системы классификации. Формы собственности гостиничных предприятий. Обязательства и формы ответственности гостиничных предприятий. Классификация гостиниц по уровню комфорта. Типология гостиниц. Функциональное назначение гостиниц. Основные показатели гостиничных предприятий. Маркетинговая стратегия и ценообразование в гостеприимстве. Основные функции и задачи службы маркетинга гостиницы. Миссия и философия предприятия. Основные элементы маркетинга гостиничного предприятия. Разработка продукта и роль в ней аутсорсинга. Ценообразование, дискриминационная политика. Рекламная политика гостиницы. Стимулирование сбыта. Роль стандартизации в качестве предоставляемых услуг. Методы поддержания качества в гостинице. Системы контроля качества. Управление гостиничным предприятием. Структура управления гостиницей. Роль и место различных департаментов гостиницы в формировании ее доходной и расходной части бюджета. Центры доходов и центры расходов. Аутсорсинг в гостиницах. Стратегический и инновационный менеджмент, управление персоналом, технологическими процессами и операциями, управление финансами, снабжением сбытом, качеством. Методы и

виды управления персоналом, кадровая политика в средствах размещения. Мотивация и стимулирование персонала. Прибыль гостиничного предприятия и методы ее расчета. Безубыточность работы гостиничного предприятия. Точка безубыточности: понятие, методика расчета, применение. Рычаги (левередж) операционный, финансовый и сопряженный. Механизм формирования налогообложения и распределение прибыли. Инвестиции в гостиничный бизнес. Бизнес планирование, определение основных операционных параметров, определение затрат на осуществление проекта, расчеты эффективности проекта, его основных показателей, влияния рыночных и не рыночных факторов.

### **Событийный маркетинг и лояльность потребителей.**

Сущность и основные характеристики событийного (Event) маркетинга. Основные этапы проведения Event-мероприятий: планирование, подготовка, проведение, мероприятий по увеличению эффекта, оценка. Аутсорсинг и риск-менеджмент при организации мероприятий. Классификация акций event маркетинга в контексте общих задач промо-маркетинга: мероприятие по запуску бренда/новой продукции для прессы (press launch); мероприятие по запуску бренда/новой продукции для приглашенных гостей с максимальным PR освещением (PR launch); собственное мероприятие по продвижению бренда / продукции. Последовательность в планировании акций и разработка сценария. Как добиться максимального эффекта от акции для последующего построения отношений с клиентами: масс медиа, директ – маркетинг, промоушн маркетинг. Организация работы команды и логистика проведения акций. Партнерские и спонсорские отношения в Event Маркетинг: HoReCa; Retail; общественно-значимые события культурной жизни; выставки, профессиональные ассоциации, конференции, праздники. Образцы создания необходимых рабочих документов (бриф, презентация, план действий, пресс-релиз, приглашения, check-list, смета и т.п.)

Рекомендуемая литература для подготовки к государственному экзамену

а) основная:

1. Анализ деятельности организации сферы гостеприимства : учебник / А. Ю. Кретова, А. Л. Скифская, Л. Л. Павлова, О. В. Устинова ; ТИУ. - Тюмень : ТИУ, 2022. - 161 с. - Электронная библиотека ТИУ. - Библиогр.: с. 145. - ISBN 978-5-9961-2903-4 : 200.00 р. - Текст : электронный + Текст : непосредственный.
2. Баумгартен, Леонид Владимирович. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 338 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-00581-3 : 809.00 р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/511184>
3. Боголюбов, Валерий Сергеевич. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для вузов / В. С. Боголюбов. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 293 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-07413-0 : 719.00 р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/513379>
4. Вахед, Э.А.М. Современные технологии в индустрии туризма и гостиничном сервисе : учебник / Абдель Э. А. М. Вахед, В. А. Мендельсон, Л. Н. Абуталипова. - Казань : Издательство КНИТУ, 2021. - 204 с. - ЭБС "IPR BOOKS". - ISBN 978-5-7882-3025-2 : ~Б. ц. - Текст : непосредственный. <https://www.iprbookshop.ru/129161.html>
5. Воронцова, А. В. Информационное обеспечение гостиничных услуг : учебное пособие / А. В. Воронцова, Д. А. Поночевный. - Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. - 150 с. - ЭБС "IPR BOOKS". - ISBN 978-5-7937-1848-6 : ~Б. ц. - Текст : непосредственный. <https://www.iprbookshop.ru/118380.html>
6. Воронцова, Г. Г. Мировой рынок гостиничных услуг : учебное пособие / Г. Г. Воронцова, А. В. Воронцова. - Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. - 158 с. - ЭБС "IPR BOOKS". -

ISBN 978-5-7937-1917-9 : ~Б. ц. - Текст : непосредственный. <https://www.iprbookshop.ru/118398.html>

7. Восколович, Нина Александровна. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. - 3-е изд., пер. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 242 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-15684-3 : 499.00 р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/511464>

8. Ефремова, Марина Владимировна. Управление качеством гостиничных услуг : учебник и практикум для вузов / М. В. Ефремова. - Москва : Юрайт, 2023. - 350 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-12253-4 : 879.00 р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/518272>

9. Захарова, Н. А. Основы гостиничного дела : учебное пособие / Н. А. Захарова. - Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. - 297 с. - ЭБС "IPR BOOKS". - ISBN 978-5-4497-0308-8 : ~Б. ц. - Текст : непосредственный. Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. <http://www.iprbookshop.ru/93543.html>

10. Клименко, Л. В. Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие / Л. В. Клименко. - Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2019. - 110 с. - ЭБС "IPR BOOKS". - ISBN 978-5-9275-3130-1 : ~Б. ц. - Текст : непосредственный. <http://www.iprbookshop.ru/95785.html>

11. Кобяк, Марина Викторовна. Управление качеством гостиничного предприятия : учебник для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 502 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-15142-8 : 1399.00 р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/514810>

12. Курочкина, Анна Юрьевна. Управление качеством услуг [] : Учебник и практикум / А. Ю. Курочкина. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 206 с. <http://www.biblio-online.ru/book/EFC9DDA4-113A-47EA-BF42-61F133EC910A>

13. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е. И. Мазилкина. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 300 с. - ЭБС "IPR BOOKS". - ISBN 978-5-394-03162-5 : ~Б. ц. - Текст : непосредственный. <http://www.iprbookshop.ru/83143.html>

14. Морозов, Михаил Анатольевич. Экономика организации туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. - 5-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 304 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-15216-6 : 709.00 р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/510100>

15. Морозова, Наталья Степановна. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. - 6-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 192 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-10941-2 : 509.00 р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/515319>

16. Морозова, Наталья Степановна. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. - 6-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 192 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-10941-2 : 509.00 р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/515319>

17. Николенко, Полина Григорьевна. Организация гостиничного дела : учебник и практикум для вузов / П. Г. Николенко, Е. А. Шамин, Ю. С. Ключева. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 449 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-10614-5 : 1039.00 р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/517896>

18. Николенко, Полина Григорьевна. Проектирование гостиничной деятельности : учебник и практикум для вузов / П. Г. Николенко, Т. Ф. Гаврильева. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 413 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-14966-1 : 959.00 р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/518225>

19. Поляков, Владимир Александрович. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум Для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва : Юрайт, 2023. - 502 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-05261-9 : 989.00

р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/510974>

20. Радыгина, Е. Г. Технологии гостиничной деятельности : учебное пособие для спо / Е. Г. Радыгина. - Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. - 166 с. - ЭБС "IPR BOOKS". - ISBN 978-5-4488-0955-2, 978-5-4497-0798-7 : ~Б. ц. - Текст : непосредственный. <http://www.iprbookshop.ru/100399.html>

21. Региональные условия ценообразования в сфере услуг : учебное пособие / Л. Л. Павлова, Е. А. Колесник, Е. Л. Филатова [и др.] ; ТИУ. - Тюмень : ТИУ, 2019. - 108, [15] с. ; 20 см. - Электронная библиотека ТИУ. - Библиогр.: с. 97-105 (65 назв.). - 500 экз.. - ISBN 978-5-98346-080-5 : 250.00 р. - Текст : непосредственный.

22. Скобкин, Сергей Сергеевич. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 212 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-15696-6 : 899.00 р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/514813>

23. Тебекин, Алексей Васильевич. Управление качеством [] : Учебник / А. В. Тебекин. - 2-е изд., пер. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 410 с. <http://www.biblio-online.ru/book/2D9ADC68-CDDC-4F29-8AA4-6B6AE97A6BF2>

24. Тимохина, Татьяна Леопольдовна. Организация гостиничного дела : учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 331 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-14414-7 : 639.00 р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/511181>

25. Тимохина, Татьяна Леопольдовна. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика : учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. - М : Издательство Юрайт, 2023. - 330 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-14413-0 : 649.00 р. - Текст : непосредственный. <https://urait.ru/bcode/511182>

26. Ценообразование в социально-культурном сервисе и туризме : учебник / Л. Л. Павлова, Е. А. Колесник, Л. В. Ребышева, Л. Н. Белоножко ; ТИУ. - Тюмень : ТИУ, 2019. - 88 с. - Электронная библиотека ТИУ. - ISBN 978-5-9961-1981-3 : 120.00 р. - Текст : непосредственный.

27. Чайковская, Н. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие / Н. В. Чайковская, А. Е. Панягина. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 226 с. - ISBN 978-5-4486-0590-1 : ~Б. ц. - Текст : непосредственный. <http://www.iprbookshop.ru/83260.html>

28. Экономика гостиничного предприятия : учебное пособие / Э. Г. Салишева, А. Г. Хабибрахманова ; Уфимский государственный нефтяной технический университет. - Уфа : УГНТУ, 2019. - 60 с. - ISBN 978-5-7831-1806-7 : 62.00 р. - Текст : непосредственный.

б) дополнительная:

1. Быстров, Сергей Александрович. Экономика и организация ресторанного бизнеса [] : учебное пособие / С. А. Быстров. - Москва : ФОРУМ, 2014. - 463 с.
2. Еланцева, Ольга Павловна. Документационное обеспечение управления в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учебник / О. П. Еланцева ; Рос. акад. образования, Моск. псих.-социал. ун-т. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Флинта ; [Б. м.] : НОУ ВПО МПСУ, 2014. - 360 с.
3. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 159 с.
4. Тухтиева, Гульбахрам Гурсуновна. Культура речи и деловая риторика [] : учебное пособие / Г. Т. Тухтиева ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2014. - 104 с.
5. Кузнецов, Игорь Николаевич. Бизнес-риторика [] / И. Н. Кузнецов. - Москва : Дашков и К, 2017. - 405, [1] с. <https://e.lanbook.com/book/93402>
6. Козырев, Геннадий Иванович. Конфликтология [] : учебник умо / Г. И. Козырев. Москва :

- Форум : ИНФРА-М, 2014. - 304 с.
7. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 159 с.
  8. Хайруллина, Нурсафа Гафуровна. Правовые основы управления персоналом [Текст : Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 080200.68 "Менеджмент", 081100.68 "Государственное и муниципальное управление" (квалификация (степень) "магистр") / Н. Г. Хайруллина ; ТюмГНГУ. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2014. - 248 с. - Режим доступа: [http://elib.tyuiu.ru/wp-content/uploads/2014/11/1\\_41.pdf](http://elib.tyuiu.ru/wp-content/uploads/2014/11/1_41.pdf).
  9. Управление персоналом: теория и практика. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности : учебно-практическое пособие : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Управление персоналом" и "Менеджмент организации" / А. Я. Кибанов [и др.] ; ред. А. Я. Кибанов. - Москва : Проспект, 2014. - 62 с.
  10. Турковский, Марек. Маркетинг гостиничных услуг [] : учеб. / М. Турковский. - Москва : Финансы и статистика, 2014. - 295 с. [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=69231](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69231)
  11. Моисеева, Нина Константиновна. Маркетинг и турбизнес [] : учебник / Н. К. Моисеева.
  12. Москва : Финансы и статистика, 2014. - 494, [1] с. [1] с. [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=69189](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69189)
  13. Барышев, Александр Федорович. Маркетинг в туризме и гостеприимстве / А. Ф. Барышев. - Москва : Финансы и статистика, 2014. - 160 с. [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=69115](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69115)
  14. Абабков, Юрий Николаевич. Обеспечение конкурентоспособности предприятия туризма [] : учебник для вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятиях туризма" / Ю. Н. Абабков, И. Г. Филиппова ; ред. Е. И. Богданов. - Москва : ИНФРА -М, 2014. - 144 с.
  15. Янковская, Вероника Владимировна. Планирование на предприятии [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению 0801000 "Экономика" (квалификация (степень) бакалавр) / В. В. Янковская. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 356 с.
  16. Турковский, Марек. Маркетинг гостиничных услуг [] : учеб. / М. Турковский. - Москва : Финансы и статистика, 2014. - 295 с. [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=69231](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69231)
  17. Моисеева, Нина Константиновна. Маркетинг и турбизнес [] : учебник / Н. К. Моисеева. Москва : Финансы и статистика, 2014. - 494, [1] с. [1] с. [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=69189](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69189)
  18. Барышев, Александр Федорович. Маркетинг в туризме и гостеприимстве [] / А. Ф. Барышев. - Москва : Финансы и статистика, 2014. - 160 с. [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=69115](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69115)
  19. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 159 с.
  20. Басовский, Леонид Ефимович. Маркетинг [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 080500 "Менеджмент" / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 258 с.

### 3.3. Вопросы государственного экзамена. Теоретические вопросы:

1. Управление репутацией компании в индустрии гостеприимства.
2. Понятия целевой сегмент, рыночное окно, рыночная ниша.
3. Каналы размещения рекламы и показатели их эффективности.
4. Сегментирование при выборе целевой аудитории коммуникации.
5. Виды гостиничных услуг: основные и дополнительные. Основные функции
6. продвижения гостиничных услуг.
7. Методы продвижения гостиничных услуг.
8. Этапы управления продвижением гостиничных услуг.
9. Способы и особенности продвижения гостиничных услуг в интернете.
10. Реклама в гостиничном бизнесе: социальные сети.
11. Тизерная реклама гостиницы в интернете.
12. Контекстная реклама для гостиниц и отелей.
13. Знание бренда: понятие, структура (узнавание о бренде, запоминание, воспоминание и знание отличительных характеристик, распознавание бренда среди других торговых марок, лояльность к бренду, информативность различных параметров знания бренда).
14. Конструирование бренда: понятие, назначение. Выбор «имени бренда».
15. Уровни восприятия имени, социальная мифологизация имен.
16. Моделирование дизайна бренда, выявление визуальных ассоциаций бренда, исследования коммуникативных особенностей различных вариантов дизайна, семантическая структура тематического пространства.
17. Структурирование коммуникации бренда и разработка других элементов бренда.
18. Система управления брендами: понятие, основные элементы. Создание идеи бренда. Позиционирование бренда.
19. Планирование стратегии продвижения бренда. Виды стратегий бренд-менеджмента.
20. Ребрендинг. «Западная» и «азиатская» концепции брендинга.
21. Особенности управления российскими брендами.
22. Стратегии успешного онлайн маркетинга гостиничного предприятия.
23. Виды международных маркетинговых стратегий.
24. Специфика потребительского поведения в индустрии гостеприимства.
25. Маркетинг в системе управления предприятием в индустрии гостеприимства.
26. Маркетинговый аудит.
27. Маркетинг и формирование устойчивых конкурентных преимуществ.
28. Потребительское поведение и культурные особенности в индустрии гостеприимства.
29. Процесс разработки маркетинговой стратегии. Виды стратегий. Стратегические провалы.
30. Управление качеством: модели и инструменты, применительно к индустрии гостеприимства.
31. Стратегии и формы взаимодействия с поставщиками и партнерами. Контроль качества при работе с партнерами.
32. Управление сбытовыми цепочками в индустрии гостеприимства.
33. Коммуникационные стратегии. Использование инструментов маркетинговых коммуникаций в индустрии гостеприимства.
34. Интегрированные маркетинговые коммуникации: модели и принципы интеграции.
35. Основные элементы маркетинга гостиничного предприятия.
36. Аутсорсинг в гостиницах.
37. Управление гостиничным предприятием.
38. Управление качеством гостиничных услуг: экономический аспект
39. Формирование цен на гостиничные номера и услуги.
40. Ценовые стратегии гостиничных предприятий

41. Дифференцированное ценообразование на гостиничном предприятии.
42. Центры доходов и центры расходов гостиничного предприятия.
43. Прибыль гостиничного предприятия и методы ее расчета. Распределение прибыли.
44. Безубыточность работы гостиничного предприятия. Точка безубыточности.
45. Виды налоговых режимов, используемых гостиничным предприятием.
46. Факторы, определяющие ценовую конкуренцию.
47. Бюджетирование на гостиничном предприятии.
48. Система управления скидками. Оптимизация системы скидок в гостиничном бизнесе.
49. Понятие и основные характеристики событийного (Event) маркетинга.
50. Основные этапы проведения Event-мероприятий.
51. Виды event-маркетинга.
52. Мероприятия и инструменты event-маркетинга
53. Аутсорсинг при организации Event-мероприятий.
54. Риск-менеджмент при организации Event-мероприятий.
55. Последовательность в планировании акций и разработка сценария Event-мероприятия.
56. Event - услуги и их описание .
57. Разработка маркетинговых политик по элементам маркетинг -микса
58. Форматы event-событий и их особенности
59. Понятие и виды лояльности. Инструменты формирования лояльности.
60. Методы измерения лояльности.
61. Престижная реклама и её возможности в условиях рынка.
62. Современные технологии событийного маркетинга.
63. Планирование, бюджетирование и оценка эффективности событийного маркетинга.
64. Бюджетирование на гостиничном предприятии.

#### 3.4. Порядок проведения государственного экзамена.

Государственный экзамен по ОПОП ВО проводится в устной форме.

Срок проведения ГЭ определяются учебным планом по направлению подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело» и графиком учебного процесса. Для проведения ГЭ формируется состав ГЭК, который утверждается приказом ректора университета.

Обучающиеся обеспечиваются перечнем основных разделов, тем и вопросов, выносимых на ГЭ. Для обучающихся проводятся консультации в соответствии с расписанием.

На подготовку устного ответа отводится не менее одного академического часа.

На экзаменах может быть разрешено пользоваться справочниками, словарями, энциклопедиями и иной научной литературой.

Передача ГЭ с целью повышения положительной оценки не допускается.

#### 3.5. Перечень литературы, разрешенной к использованию на государственном экзамене.

1. Справочники.
2. Словари.
3. Энциклопедии.
4. Нормативно-законодательные акты в сфере гостиничного дела.

### **4. Выпускная квалификационная работа**

#### 4.1. Вид выпускной квалификационной работы (ВКР).

ВКР выполняется в виде магистерской диссертации.

#### 4.2 Структура ВКР и требования к ее содержанию.

Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию определены Методическим руководством по структуре, содержанию и оформлению выпускной

квалификационной работы бакалавров, специалистов, магистров гуманитарных и социально-экономических специальностей и направлений подготовки, действующим в ФГБОУ ВО ТИУ.

Магистерская диссертация должна обеспечить закрепление академической культуры и необходимую совокупность методологических представлений и методических навыков в избранной области профессиональной деятельности. ВКР выполняется на базе углубленных знаний и умений, полученных (сформированных) выпускником в течение периода обучения в вузе, прохождения практик и выполнения научно-исследовательской работы.

ВКР должна демонстрировать возможности выпускника в следующих направлениях:

- а) определение проблемной области исследования;
- б) представление объекта исследования и формулирование авторской гипотезы;
- в) выбор, описание и применение соответствующей системы методов исследования;
- г) подбор, анализ, и систематизация данных;
- д) решение поставленных задач с предложением конкретных механизмов реализации;
- е) проверка предложенного метода и его адаптация в процессе функционирования исследуемого объекта.

Обучающимся, выходящим на защиту магистерской диссертации, необходимо иметь публикации, отражающие результаты проведенного исследования.

*Структура* ВКР является формой организации научного материала, отражающей логику исследования, обеспечивающей единство и взаимосвязанность всех элементов содержания. Структура магистерской работы должна соответствовать критериям целостности, системности, связности и соразмерности (соответствия объема фрагмента текста его научной емкости).

ВКР в общем случае должна содержать:

- а) текстовый документ – пояснительную записку;
- б) иллюстративный материал – демонстрационные плакаты, презентации, схемы, графический материал и пр. (при наличии).

Пояснительная записка магистерской диссертации должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист,
- задание на ВКР,
- содержание,
- аннотация,
- определения, обозначения и сокращения,
- введение,
- основная часть,
- заключение (выводы, рекомендации)
- список использованных источников,
- приложения.

*Титульный лист* служит источником информации, необходимой для определения принадлежности и поиска документа.

На титульном листе приводят следующие сведения:

- а) наименование и подчиненность образовательной организации, в которой выполнена работа;
- б) грифы согласования;
- в) наименование темы ВКР;
- г) должности, ученые степени, фамилии и инициалы руководителя и разработчика, консультантов (при наличии), ответственного за нормоконтроль и заведующего выпускающей кафедрой;
- д) место и дата выполнения ВКР (город, год).

*Бланк задания* заполняется рукописным или печатным способом. Задание размещается после титульного листа и переплетается вместе с текстом пояснительной записки ВКР.

*Аннотация* – краткая характеристика документа с точки зрения его назначения, содержания,

вида, формы и других особенностей.

Аннотация включает характеристику основной темы, проблемы объекта, цели работы и ее результаты. В аннотации указывают, что нового несет в себе данный документ в сравнении с другими, родственными по тематике и целевому назначению.

Аннотация должна содержать:

- а) объект, предмет, цель и задачи работы;
- б) методики или методологию проведения работы;
- в) полученные результаты;
- г) выводы.

Объем аннотации не должен превышать одной страницы.

Текст аннотации выполняется на русском и иностранных языках на отдельных страницах, помещается перед структурным элементом пояснительной записки «Содержание» и переплетается вместе с текстом пояснительной записки ВКР.

Структурный элемент пояснительной записки «Содержание» размещается после титульного листа и задания на ВКР, начиная со следующей страницы.

Во *введении* отражаются:

- *обоснование выбора темы исследования*, в том числе ее *актуальности, научной новизны и/или практической значимости*. Раскрывается суть проблемной ситуации, аргументируется необходимость оперативного решения поставленной проблемы для соответствующей отрасли науки или практики. Определяется степень разработанности темы (с обязательным указанием концептуальности, теоретико-методологических оснований существующих подходов, лакун в изучении проблемы).

Научная новизна подразумевает новый научный результат, новое решение поставленной проблемы, ожидаемое по завершении исследования. Новизна может выражаться в новом объекте или предмете исследования (он рассматривается впервые), вовлечении в научный оборот нового материала, в иной постановке известных проблем и задач, новом методе решения или в новом применении известного решения или метода, в новых результатах эксперимента, разработке оригинальных моделей и т.п. Практическая значимость исследования, в том числе теоретического, определяется возможностями прикладного использования его результатов (с указанием области применения и оценкой эффективности).

- *объект и предмет исследования*

Объектом исследования является та часть реальности (процесс, явление, знание, порождающие проблемную ситуацию), которая изучается и/или преобразуется исследователем. Предмет исследования находится в рамках объекта, это те его стороны и свойства, которые непосредственно рассматриваются в данном исследовании. Предмет исследования чаще всего совпадает с определением его темы или очень близок к нему.

- *цель и задачи исследования*

Целью исследования является решение поставленной научной проблемы, получение нового знания о предмете и объекте. Не рекомендуется формулировать цель как «исследование...», «изучение...», подменяя саму цель процессом ее достижения. Наряду с целью может быть сформулирована рабочая гипотеза, предположение о возможном результате исследования, которое предстоит подтвердить или опровергнуть. Задачи исследования определяются поставленной целью (гипотезой) и представляют собой конкретные последовательные этапы (пути и средства) решения проблемы.

- *теоретико-методологические основания и методы исследования*

Обосновывается выбор той или иной концепции, теории, принципов, подходов, которыми руководствуется обучающийся. Описывается терминологический аппарат исследования. Определяются и характеризуются конкретные методы решения поставленных задач, методика и техника проведения эксперимента, обработки результатов и т.п. В зависимости от типа исследования (методологическое, эмпирическое) указанные аспекты раскрываются в отдельной главе (главах) диссертации, либо выступают самостоятельным

предметом изучения.

- обзор и анализ источников

Под источниками научного исследования понимается вся совокупность непосредственно используемых в работе материалов, несущих информацию о предмете исследования. К ним могут относиться опубликованные и неопубликованные (архивные) материалы, которые содержатся в официальных документах, проектах, научной и художественной литературе, справочно-информационных, библиографических, статистических изданиях, диссертациях, текстах, рукописях, отчетах о научно-исследовательской работе и опытных разработках и т.п.

В работе дается классификация и краткая характеристика каждого вида источников, указывается их доступность, освоенность и репрезентативность, проводится верификация и обосновывается выбор методов работы с каждым видом источников.

- рамки (границы) исследования

Указываются допущения и ограничения, определяющие масштаб исследования в целом (по времени, пространству, исходным данным).

- обоснование предложенной структуры диссертации

Структура (деление на разделы, главы, наличие приложений) работы должна соответствовать поставленным задачам исследования.

- апробация результатов исследования

Указывается, на каких научных конференциях, семинарах, круглых столах докладывались результаты исследований, включенные в выпускную магистерскую работу. При наличии публикаций, в том числе электронных, приводится их перечень с указанием объема (количества печатных листов) каждой публикации и общего их числа.

В работах прикладного типа апробация полученных результатов обязательна и должна быть подтверждена документально.

*Основная часть* магистерской диссертации

Основная часть выпускной магистерской работы состоит из нескольких логически завершенных разделов (глав), которые могут разбиваться на параграфы и пункты. Каждый из разделов (глав) посвящен решению одной из задач, сформулированных во введении, и заканчивается выводами, к которым пришел автор в результате проведенных исследований. Каждая глава является базой для последующей. Количество глав не может быть менее двух. Названия глав должны быть предельно краткими и точно отражать их основное содержание. Название главы не может повторять название магистерской диссертации. В начале каждой главы дается общий план последующего изложения с указанием краткого содержания каждого параграфа главы. Последовательность теоретического и экспериментального разделов в основной части выпускной магистерской работы не является регламентированной и определяется типом и логикой исследования. В заключительной главе анализируются основные научные результаты, полученные лично автором в процессе исследования (в сопоставлении с результатами других авторов), приводятся разработанные им рекомендации и предложения, опыт и перспективы их практического применения.

В *заключении* ВКР формулируются:

- конкретные выводы по результатам исследования, в соответствии с поставленными задачами, представляющие собой решение этих задач.

- основной научный результат, полученный автором в соответствии с целью исследования (решение поставленной научной проблемы, получение/применение нового знания о предмете и объекте), подтверждение или опровержение рабочей гипотезы.

- возможные пути и перспективы продолжения работы.

Все материалы ВКР справочного и вспомогательного характера (не вошедшие в основной текст текстовые документы, таблицы, графики, иллюстрации, схемы организации эксперимента, образцы анкет и тестов, разработанные автором) выносятся в *приложения*. Не допускается перемещение в приложения авторского текста с целью сокращения объема диссертации.

*Список использованных источников* должен включать все упомянутые и процитированные в тексте работы источники, научную литературу и справочные издания.

В *приложения* включают связанные с выполненной ВКР материалы, которые не могут быть внесены в основную часть: справочные материалы, таблицы, схемы, нормативные документы, образцы документов, инструкции, иллюстрации вспомогательного характера, акты внедрения результатов исследования в производство или в учебный процесс, список опубликованных научных работ по теме исследования и пр.

#### *Содержание* магистерской диссертации

Содержание введения, основной части и заключения магистерской диссертации должно точно соответствовать теме работы и полностью ее раскрывать. Содержание работы отражает исходные предпосылки научного исследования, весь его ход и полученные результаты. Выпускная магистерская работа не может быть компилятивной и описательной. Содержание ВКР характеризуется обязательным наличием дискуссионного (полемиического) материала. Содержание работы должно удовлетворять современному состоянию научного знания и квалификационным требованиям, предъявляемым к подготовке обучающихся магистратуры.

#### *Язык и стиль* магистерской диссертации

Особенностью стиля выпускной магистерской работы как научного исследования является смысловая законченность, целостность и связность текста, доказательность всех суждений и оценок. К стилистическим особенностям письменной научной речи относятся ее смысловая точность (стремление к однозначности высказывания) и краткость, умение избегать повторов и излишней детализации.

Язык магистерской диссертации предполагает использование научного аппарата, специальных терминов и понятий, вводимых без добавочных пояснений. В случае если в работе вводится новая, не использованная ранее терминология, или термины употребляются в новом значении, необходимо четко объяснить значение каждого термина. В то же время не рекомендуется перегружать работу терминологией и другими формальными атрибутами «научного стиля». Они должны использоваться в той мере, в какой реально необходимы для аргументации и решения поставленных задач.

### **4.3. Примерная тематика и порядок утверждения тем ВКР.**

1. Разработка направлений по повышению качества обслуживания гостиничного предприятия
2. Влияние межкультурной коммуникации на менеджмент гостиничного предприятия.
3. Совершенствование программ лояльности международных гостиничных сетей на примере сети.
4. Клиентоориентированность как инструмент повышения потребительской ценности на рынке гостиничных услуг.
5. Разработка мероприятий по совершенствованию организации и координации процесса управления персоналом гостиниц и других средств размещения.
6. Формирование кадровой стратегии гостиничного предприятия.
7. Разработка программы мер по преодолению сопротивления персонала гостиниц и других средств размещения изменениям и инновациям.
8. Разработка мероприятий по реализации различных моделей мотивации и стимулирования персонала гостиничного предприятия.
9. Формирование и продвижение имиджа гостиничного предприятия.
10. Организация эффективных каналов сбыта гостиничных продуктов и услуг.
11. Формирование и продвижение брендовых продуктов и услуг гостиничного предприятия.
12. Маркетинговые исследования на рынке гостиничных услуг региона.
13. Разработка программ развития и повышения конкурентоспособности предприятия

- индустрии гостеприимства.
14. Применение маркетинговых концепций в индустрии гостеприимства.
  15. Реклама и публицити в индустрии гостеприимства.
  16. Организация и пути повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства.
  17. Формирование эффективной системы управления отношений с клиентами в гостинице.
  18. Разработка корпоративных программ лояльности в индустрии гостеприимства и оценка их эффективности на примере гостиничной сети.
  19. Бенчмаркинг как инструмент управления конкурентоспособностью и оценка его эффективности на примере предприятия.
  20. Мифодизайн в индустрии гостеприимства (на примере гостиничного предприятия)
  21. Организация профессионального обучения и оценка ее эффективности на примере гостиничного предприятия.
  22. Повышение эффективности управления профессиональной карьерой работников на примере гостиничного предприятия.
  23. Кросс-культурное управление персоналом и оценка его эффективности на примере гостиничного предприятия.
  24. Формирование программ стратегического партнерства между предприятиями разных секторов индустрии гостеприимства.
  25. Компетентностный подход в формировании стратегий гостиничной сети: определение, формирование и мониторинг компетенций в процессе управления ими.
  26. Корпоративная стратегия и оценка ее эффективности на примере гостиничной сети.
  27. Стратегическое управление и оценка его эффективности на примере гостиничного предприятия...
  28. Эффективный риск - менеджмент как часть стратегического управления и оценка его эффективности на примере гостиничной сети....
  29. Стратегия и организация деятельности малых предприятий, и их совершенствование на примере гостиницы... .
  30. Управление доходами и оценка его эффективности на примере гостиничной сети...
  31. Организационная структура предприятия индустрии гостеприимства и её совершенствование на примере гостиницы ...
  32. Стратегическое управление и оценка его эффективности на примере гостиничного предприятия....
  33. Эффективный риск-менеджмент как часть стратегического управления и оценка его эффективности на примере гостиничной сети (гостиничного предприятия)....
  34. Стратегия и организация деятельности малых предприятий, и их совершенствование на примере гостиницы... .
  35. Управление доходами и оценка его эффективности на примере гостиничной сети (гостиничного предприятия)...
  36. Совершенствование организационной структуры предприятия индустрии гостеприимства на примере гостиницы ... .
  37. Разработка рекомендаций по улучшению системы материального и нематериального стимулирования персонала гостиниц и других средств  
а. размещения.
  38. Формирование системы кадрового контроля и контроллинга в гостиницах и других средствах размещения.
  39. Разработка плана обучения и развития персонала гостиниц и других средств размещения на основе исследования ранка услуг T&D (Training and Development).
  40. Разработка мероприятий по внедрению инноваций в организации кадровой работы гостиниц и других средств размещения.

41. Разработка мероприятий по применению и совершенствованию профессиональных стандартов в гостиницах и других средствах размещения.
42. Разработка мероприятий по внедрению инноваций в организацию кадровой работы гостиниц и других средств размещения.
43. Разработка рекомендаций по формированию, мониторингу и изменению элементов корпоративной культуры гостиниц и других средств размещения, влияющих на улучшение клиентурных отношений.
44. Разработка мероприятий по подготовке к процедуре подтверждения соответствия системе классификации гостиниц и других средств размещения в части выполнения квалификационных требований по оценке персонала.
45. Стратегия управления качеством гостиничных услуг и оценка ее эффективности на примере гостиничной сети... ..
46. Методы контроля качества услуг в индустрии гостеприимства и оценка их эффективности на примере гостиничного предприятия ... .
47. Веб-сайт гостиничного предприятия как инструмент эффективных продаж гостиничных услуг.
48. Системы обеспечения безопасности в гостинице и оценка ее эффективности на примере гостиничной сети...
49. Стратегия логистики в индустрии гостеприимства и оценка ее эффективности на примере гостиничной сети... .
50. Управление номерным фондом гостиничного предприятия как составная часть стратегии повышения доходности и оценка их эффективности на примере гостиничной сети... .
51. Использование аутсорсинга в индустрии гостеприимства как составная часть стратегии сокращения издержек и оценка их эффективности на примере гостиницы..
52. Управление отелями и/или туристическими компаниями: проблема согласования спроса и предложения
53. Особенности практик управления человеческими ресурсами компаний гостиничной индустрии
54. Диагностика и построение системы внутренних коммуникаций в компаниях гостиничной индустрии
55. Управление корпоративным брендом в индустрии гостеприимства.
56. Маркетинг впечатлений: новый подход к управлению лояльностью потребителей.
57. Использование социальных медиа и индустрии гостеприимства.
58. Технология формирования бренда курортного региона.

При выборе темы выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) обучающийся должен руководствоваться:

- ее актуальностью для конкретного хозяйствующего субъекта;
- научными интересами кафедры;
- возможностью доступа и получения фактических данных о результатах деятельности объекта исследования и готовностью руководства предприятия к сотрудничеству с обучающимся;
- собственными приоритетами и интересами, связанными с последующей профессиональной деятельностью;
- наличием необходимого объема информации для выполнения магистерской диссертации.

Обучающийся имеет право самостоятельно выбрать и обосновать тему выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации). Тема выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) согласуется с научным руководителем и утверждается заведующим кафедрой в установленном порядке.

Выбор тем выпускных квалификационных работ (магистерских диссертаций) и их утверждение на заседании кафедры производится по регламенту, действующему в университете. После выбора темы ее название указывается в индивидуальном плане обучающегося и в заявлении обучающегося на утверждение темы и научного руководителя выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации), которое с подписью, подтверждающей согласие научного руководителя, передается секретарю кафедры. После этого обучающемуся выдается задание на выполнение выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

Формулировка темы выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) и научный руководитель, утвержденные приказом директора института, подлежат изменению в исключительных случаях.

#### 4.4. Порядок выполнения и представления в государственную экзаменационную комиссию ВКР.

Сроки выполнения ВКР определены учебным планом по направлению подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело» и графиком учебного процесса и составляют 4 недели.

Приказ о закреплении тем и руководителей ВКР утверждается директором ИСОУ не позднее, чем за шесть месяцев до начала ГИА в соответствии с графиком учебного процесса.

Руководство и контроль за выполнением магистерской диссертации осуществляется ведущими преподавателями кафедры, обладающими соответствующей квалификацией и научной степенью. Научный руководитель магистерской диссертации назначается приказом по институту. В обязанности научного руководителя входит руководство научно-исследовательской работой обучающегося: выбор темы, заполнение и выполнение обучающимся индивидуального плана, написания отчета о НИР, консультирование по методологическим вопросам, советы по выбору образовательных, научно-исследовательских и научно-практических технологий, используемых в процессе написания магистерской диссертации.

Задание, конкретизирующее объем и содержание ВКР, выдается обучающимся руководителем ВКР не позднее двух недель после утверждения приказа о закреплении тем и руководителей ВКР.

ВКР оформляется с соблюдением требований Методического руководства по структуре, содержанию и оформлению выпускной квалификационной работы бакалавров, специалистов, магистров гуманитарных и социально-экономических специальностей и направлений подготовки, действующим в ТИУ.

График предоставления ВКР для проверки на объем заимствования (плагиат) и нормоконтроля устанавливается кафедрой Маркетинга и муниципального управления, не позднее, чем за месяц до защиты ВКР.

Завершенная ВКР представляется обучающимся руководителю не позднее, чем за десять дней до установленного срока защиты, после проведенной проверки на объем заимствования (плагиат) и нормоконтроля. При необходимости кафедра МиМУ организует и проводит предварительную защиту ВКР, как правило, за две недели до защиты.

ВКР подлежат обязательному рецензированию. Рецензенты назначаются выпускающей кафедрой из числа профессорско-преподавательского состава Университета, не являющихся штатными сотрудниками данной кафедры, а также из числа специалистов предприятий, организаций и учреждений – представителей работодателей соответствующего профиля. За рецензентом, как правило, может быть закреплено не более десяти рецензируемых работ. Рецензирование большего количества работ одним рецензентом допускается с разрешения проректора по учебной работе. Приказ о рецензировании ВКР утверждает директор ИСОУ.

#### 4.5 Порядок защиты выпускной квалификационной работы

В процессе защиты ВКР обучающийся делает доклад об основных результатах своей

работы, как правило, продолжительностью не более 15 минут, отвечает на вопросы членов комиссии по существу работы, а также на вопросы, отвечающие общим требованиям к профессиональному уровню выпускника, предусмотренные ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело. Общая продолжительность защиты ВКР, как правило, не более 30 минут.

Процедура защиты ВКР может проходить на иностранном языке.

## **5 . Критерии оценки знаний выпускников на ГИА**

### **5.1. Критерии оценки знаний на государственном экзамене.**

**ОТЛИЧНО** (баллы 91-100): Глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; правильные и конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета; использование в необходимой мере в ответах на вопросы материалов всей рекомендованной литературы

**ХОРОШО** (баллы 76-90): Твёрдые и достаточно полные знания всего программного материала, правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы

**УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО** (баллы 61-75): Достаточно твёрдое знание и понимание основных вопросов программы; правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы

**НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО** (менее 61 балла): Грубые ошибки в ответе, непонимание сущности излагаемых вопросов, отказ от сдачи экзамена.

### **5.2. Критерии оценки знаний на защите ВКР.**

**ОТЛИЧНО** (91-100 баллов) – Работа характеризуется высокой степенью проработки теоретических основ, комплексным анализом статистических данных, представленных в динамике, отчетных материалов, организационно-правовых основ, представлением результатов авторских исследований, разработкой конкретных рекомендаций и механизмов их реализации. Доклад обоснован, лаконичен, изложение свободное, умело использованы иллюстративные материалы. Ответы на дополнительные вопросы по теме ВКР лаконичные, обоснованные, полноценные. Представленное в работе исследование носит комплексный характер и имеет практическое значение для исследуемой тематики.

**ХОРОШО** (76-90 баллов) - Работа характеризуется анализом теоретических основ, статистических данных, отчетных материалов, на основе которого формулируются основные рекомендации. Доклад хорошо структурирован и раскрывает тематику ВКР. Ответы на вопросы лаконичные и обоснованные. Рекомендации данные в работе носят прикладной характер.

**УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО** (61-75 баллов) – Работа характеризуется анализом теоретических основ и статистических данных, сформулированные рекомендации обоснованы. Доклад структурирован. Ответы на вопросы лаконичные и обоснованные. Рекомендации данные в работе носят теоретический характер.

**НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО** (менее 61 балла) – Работа характеризуется анализом теоретических основ и статистических данных. Доклад структурирован, но присутствуют грубые ошибки, непонимание сущности излагаемых вопросов.

Рейтинговая оценка выполнения и защиты выпускной квалификационной работы определяется как сумма баллов по каждому из обозначенных требований:

- руководителем магистерской диссертации от 0 до 25 баллов;
- нормоконтролем от 0 до 10 баллов;
- рецензентом от 0 до 25 баллов;
- Государственной экзаменационной комиссией от 0 до 40 баллов.

Примерный рейтинговый расчет приведен в таблицах 7, 8, 9, 10.

Таблица 7

Рейтинговая оценка выполнения и защиты выпускной квалификационной работы,  
оцениваемая руководителем магистерской диссертации

Предъявляемые требования к ВКР	Баллы
Качество анализа литературы.	0-5
Анализ полноты изучения и применения нормативно-правовых актов, регламентирующих рассматриваемую тематику. Соответствие содержания ВКР предъявленной теме.	0-5
Использование статистических данных, представление динамических рядов оценки социально-политических и экономических процессов, характеризующих различные аспекты рассматриваемой тематики.	0-5
Наличие в работе научного исследования практической новизны. Системность и логическая взаимосвязь всех разделов магистерской диссертации друг с другом или с более общей задачей.	0-5
Наличие в работе многофакторного анализа, способствующего выработке в результате написания ВКР рекомендации по повышению эффективности управленческой деятельности.	0-5
Итого:	0-25

Таблица 8

Рейтинговая оценка выполнения и защиты выпускной квалификационной работы  
(магистерской диссертации), оцениваемая нормоконтролером

Предъявляемые требования к ВКР	Баллы
Полнота и качество выполнения требований методических указаний по написанию ВКР и требований ГОСТа	0-10
Итого:	0-10

Таблица 9

Рейтинговая оценка выполнения и защиты выпускной квалификационной работы  
(магистерской диссертации), оцениваемая рецензентом

Предъявляемые требования к ВКР	Баллы
Качество анализа литературы.	0-5
Анализ полноты изучения и применения нормативно-правовой документации, регламентирующей деятельность государственных и муниципальных органов власти в процессе написания ВКР. Соответствие содержания ВКР предъявленной теме.	0-5
Использование (применение) информационных технологий (систем) в процессе анализа статистических материалов и результатов проведенных исследований в ходе написания работы.	0-5
Наличие в работе научного исследования практической новизны. Системность и логическая взаимосвязь всех разделов работы (проекта) друг с другом или с более общей задачей.	0-5
Наличие в работе многофакторного анализа, способствующего выработке в результате написания ВКР рекомендации по повышению эффективности управленческой деятельности.	0-5
Итого:	0-25

**Рейтинговая оценка выполнения и защиты выпускной квалификационной работы  
(магистерской диссертации), оцениваемая каждым членом комиссии**

Предъявляемые требования к ВКР	Баллы
Использование современных информационных технологий и средств в работе.	0-10
Соответствие содержания ВКР предъявленной теме. Наличие в работе научной новизны и практической значимости. Уровень анализа нормативно-правовых документов федерального, регионального и муниципального уровней в процессе написания ВКР. Наличие завершенности работы, системности и логической взаимосвязи всех разделов работы (проекта) друг с другом, многофакторного анализа, способствующего выработке в результате написания ВКР рекомендации по повышению эффективности управленческой деятельности.	0-20
Содержание доклада. Доклад обоснован, лаконичен, изложение свободное, умело использованы иллюстративные материалы. Тема ВКР в докладе раскрыта.	0-5
Ответы на вопросы. Ответы на дополнительные вопросы по теме ВКР лаконичные, обоснованные, полноценные.	0-5
<b>Итого:</b>	<b>0-40</b>

### **6. Порядок подачи и рассмотрения апелляции**

6.1. По результатам государственных аттестационных испытаний обучающийся имеет право подать апелляцию.

6.2. Порядок подачи и рассмотрения апелляции по результатам государственного экзамена.

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания и (или) несогласии с результатами государственного экзамена.

Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов государственного аттестационного испытания.

Решение апелляционной комиссии доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение трех рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии. Факт ознакомления обучающегося, подавшего апелляцию, с решением апелляционной комиссии удостоверяется подписью обучающегося.

6.3. Порядок подачи и рассмотрения апелляции по результатам защиты выпускной квалификационной работы.

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания.

Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов государственного аттестационного испытания.

Решение апелляционной комиссии доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение трех рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии. Факт ознакомления обучающегося, подавшего апелляцию, с решением апелляционной комиссии удостоверяется подписью обучающегося.

## Лист согласования

Внутренний документ "2023\_43.04.03\_МГДм"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Воронин Александр Владимирович

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножка Марина Львовна		Согласовано
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано
	Заместитель директора по учебно-методической работе	Харитоновна Татьяна Александровна		Согласовано