**Перечень тем выпускных квалификационных работ**

по направлению подготовки **43.03.02 Туризм**

направленность (профиль) **Туристско-экскурсионная деятельность**

1. Автоматизация бизнес-процессов туристского предприятия

2. Анализ направлений участия российских туристских компаний в глобальных процессах формирования мирового рынка туруслуг

3. Анализ природного наследия города с целью разработки тематических экскурсии

4. Анализ рекреационного потенциала туристского района

5. Анализ состояния и тенденции развития рынка туристских услуг на региональном уровне

6. Анализ тенденций развития концепций маркетинга в сфере социально-культурного сервиса и туризма в условиях российского рынка

7. Анализ туристского потенциала Свердловской области

8. Взаимодействие предприятий туризма для продвижения территорий

9. Возможности адаптации и применения успешных мировых практик в сфере туризма на территории Свердловской области

10. Выставки-продажи как эффективный метод сбыта туристских услуг

11. Диверсификация туристической деятельности в условиях макроэкономической нестабильности

12. Индивидуальный брендинг как средство продвижения в профессиональной сфере

13. Интуиция как фактор принятия организационных решений в туризме

14. Исследование потенциала музеев как ресурса развития культурно-познавательного туризма в регионе

15. Исследование этнокультурных традиций как точки туристского интереса

16. Ключевые факторы успеха на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма

17. Комплексный экономический анализ деятельности туристской организации

18. Конфессиональный туризм как перспективный сегмент мирового туристского рынка

19. Корпоративная культура как условие повышения конкурентоспособности туристской организации

20. Меры поддержки субъектов туристкой индустрии в субъектах Российской Федерации

21. Мониторинг и оптимизация финансово-экономических процессов на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма

22. Направления повышения качества автобусных туров

23. Направления повышения качества круизов

24. Направления совершенствования деятельности по формированию туров в туристском предприятии

25. Направления совершенствования процесса обслуживания в туристском предприятии

26. Обеспечение безопасности туристов на экскурсионных маршрутах

27. Обеспечение конкурентоспособности туристских услуг на основе их дифференциации

28. Особенности влияния социального имиджа страны на развитие индустрии туризма

29. Особенности запуска и развития инновационных компаний и стартапов в туристской деятельности

30. Перспективы развития гастрономического туризма в Свердловской области

31. Перспективы развития сельского туризма в Свердловской области

32. Повышение инвестиционной привлекательности туристской дестинации

33. Повышение эффективности туристского предприятия путем совершенствования коммуникации персонала

34. Предпосылки развития туристкой инфраструктуры на удаленных территориях региона

35. Приоритетные направления развития туризма в регионе

36. Проблемы выбора программных продуктов для автоматизации деятельности турфирм

37. Проектирование городского туристского пространства

38. Проектирование культурно-познавательных программ с элементами анимации

39. Проектирование туристских программ на основе использования анимационных технологий

40. Проектирование туров на основе использования технологии инновационных предложений

41. Профессиональные выставки как элемент продвижения туристской организации на рынке

42. Пути совершенствования рынка лечебно-оздоровительного туризма в регионе

43. Развитие гастрономического туризма в регионе

44. Развитие горнолыжного туризма на основе исследования рынка региона

45. Развитие конгрессно-выставочной деятельности организации

46. Развитие культурно-познавательного туризма в современных условиях

47. Развитие молодёжного предпринимательства в сфере туризма

48. Развитие новых видов туризма в регионе

49. Развитие оперейтинга корпоративного туризма в турфирме

50. Развитие паломнического туризма в Уральском регионе.

51. Развитие персонала туристской организации

52. Развитие рынка туристических услуг региона

53. Развитие событийного туризма в регионе

54. Развитие современной туристской инфраструктуры в регионе

55. Развитие спортивного туризма в Уральском регионе.

56. Развитие туризма как фактор продвижения Свердловской области

57. Развитие экологического туризма в современных условиях

58. Развитие экологического туризма и формирование туристского продукта

59. Разработка брендовых туристских маршрутов

60. Разработка деловой программы событийного мероприятия

61. Разработка программ обслуживания корпоративных клиентов с использованием элементов анимации в современных условиях

62. Разработка программы культурно-познавательного тура в регионе

63. Разработка программы обслуживания туристов на основе анализа туристско-рекреационных ресурсов в современных условиях

64. Разработка программы по повышению эффективности рекламной деятельности туристского предприятия

65. Разработка программы повышения конкурентоспособности турагентства в современных условиях

66. Разработка программы развития сельского туризма в регионе

67. Разработка программы развития событийного туризма в регионе

68. Разработка программы стимулирования сбыта как условия повышения эффективности маркетинговой деятельности турфирмы

69. Разработка программы стимулирования сбыта туристских услуг

70. Разработка программы экологического туристского маршрута на основе анализа туристских ресурсов региона

71. Разработка рекламных материалов с целью продвижения туристского агентства

72. Разработка рекомендаций по изучению мотивации и потребительского поведения на предприятиях туризма

73. Разработка рекомендаций по обеспечению безопасности туристов

74. Разработка рекомендаций по применению клиентоориентированного подхода на предприятиях туризма

75. Разработка рекомендаций по продвижению туристских продуктов посредством коммуникаций в форумах и социальных блогах

76. Разработка рекомендаций по формированию взаимоотношений с клиентами предприятий

77. Разработка рекомендаций по формированию и применению программ лояльности клиентов в туризме

78. Разработка рекомендаций по формированию и развитию маршрутов массового самодеятельного туризма

79. Разработка рекомендаций по формированию программ развития музеев в городах России

80. Разработка технологий брэндинга в туристском предприятии

81. Разработка туристских анимационных программ для школьников

82. Разработка туристских программ для детей на основе использования событийных мероприятий

83. Разработка турпродукта для туристов с ограниченными возможностями с использованием туристского потенциала региона

84. Рациональные и иррациональные аспекты поведения потребителя в индустрии туризма

85. Роль и специфика геоинформационных систем в туризме

86. Роль спортивных клубов в развитии детско-юношеского и молодежного туризма в регионе

87. Роль традиций в принятии управленческих решений в индустрии туризма

88. Сетевые формы предпринимательства в туристской индустрии

89. Событийное мероприятие как путь повышения туристской привлекательности региона

90. Событийный туризм в регионе

91. Событийный туризм как способ продвижения региона на рынке внутреннего туризма

92. Совершенствование ассортиментной политики туристской организации

93. Совершенствование деятельности по обслуживанию деловых туристов в гостиничном предприятии

94. Совершенствование мер государственной поддержки внутреннего туризма

95. Совершенствование организации технологических процессов в туристском предприятии

96. Совершенствование рекламной деятельности туроператора в современных условиях

97. Совершенствование рынка водных круизов региона и разработка нового туристского продукта

98. Совершенствование рынка культурно-познавательных услуг региона и разработка нового туристского продукта

99. Совершенствование рынка лечебно-оздоровительных услуг региона и разработка нового туристского продукта

100. Совершенствование рынка паломнических услуг региона и разработка нового туристского продукта

101. Совершенствование туристского потенциала региона и разработка нового туристского продукта

102. Современные подходы к формированию и продажам турпродукта на основе использования современных информационных технологий

103. Современные проблемы управления российским туризмом на региональном уровне

104. Современные формы малого предпринимательства туризме

105. Современные формы продвижения в туризме

106. Социально-психологические аспекты управления в туризме

107. Технологии управления проектами в туризме

108. Увеличение сбыта туристских услуг на основе франчайзинга

109. Управление клиентским опытом в индустрии туризма

110. Формирование имиджа туристского предприятия средствами PR- технологий и рекламы

111. Формирование индивидуального бренда туристской организации

112. Формирование туристско-рекреационных кластеров в регионе

113. Франчайзинг как стратегия развития компании в индустрии туризма

114. Этические проблемы в сфере туризма и пути их решения

115. Эффективные формы управления современными предприятиями в туристской индустрии