

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ДИПЛОМНЫХ РАБОТ (БАКАЛАВРЫ)

1. Анализ и оценка туристского потенциала Российской Федерации и разработка предложений по развитию туристско-рекреационных комплексов.
2. Анализ рыночных возможностей и разработка комплексного маркетинга на предприятии туризма.
3. Бенчмаркетинг как инструмент управления конкурентоспособностью туристских услуг.
4. Влияние историко-культурного туризма на социально-экономическое развитие региона.
5. Влияние покупательских предпочтений на формирование туристских услуг (на примере).
6. Воспитательный потенциал познавательного туризма и условия его реализации.
7. Единое информационное пространство как инструмент развития сферы туризма
8. Зарубежный опыт планирования деятельности предприятий туризма и возможность его использования в отечественной практике.
9. Зарубежный опыт применения информационных технологий в туризме и возможности его использования отечественными предприятиями.
10. Инновационные методы стимулирования спроса в сфере гостеприимства (туризма).
11. Использование культурного потенциала в развитии туризма региона
12. Историко-культурное наследие Донецкого региона как основа этнографического туризма.
13. Историко-культурное наследие Северного Приазовья как база для развития историко-культурного туризма.
14. Историко-культурные памятники как объект туристского интереса.
15. Историко-культурные памятники как туристический ресурс.
16. Историко-культурные традиции как база организации познавательного туризма.
17. Историко-культурный туризм в XXI в.: основные направления развития.
18. Историко-культурный туризм в XXI в.: разработка новых маршрутов.
19. История Великой Отечественной войны как основа для развития военно-познавательного туризма (на примере Донецкого региона).
20. Компетенции персонала предприятий индустрии гостеприимства (туризма): определение, формирование и мониторинг в процессе управления ими.
21. Кросс-культурные особенности управления персоналом на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.
22. Маркетинг как инструмент развития предприятия сферы туризма

23. Маркетинговое планирование на предприятиях сферы гостеприимства (туризма), его организация и эффективность.
24. Механизм формирования цепочки ценностей в индустрии гостеприимства и туризма.
25. Мотивации персонала как залог успешной работы предприятия (организации) сферы туризма.
26. Обоснование создания и технология разработки нового туристского продукта и его продвижение
27. Оптимизация управленческой структуры предприятий сферы гостеприимства (туризма).
28. Организационное проектирование турпродукта (на примере туроператорской фирмы).
29. Организация внутрифирменного управления в турфирме.
30. Организация рекламной деятельности на предприятиях сферы гостеприимства (туризма) и оценка ее эффективности.
31. Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами туристских фирм и оценка ее эффективности.
32. Организация эффективного продвижения и продажи турпродукта туристскими фирмами.
33. Особенности и проблемы функционирования инфраструктуры туризма.
34. Особенности и тенденции развития транспортного обеспечения туризма.
35. Особенности развития внутреннего туризма на современном этапе (на примере).
36. Паблик рилейшнз как инструмент развития организаций туристского бизнеса.
37. Памятники Великой Отечественной войны в городе Донецке как туристские объекты.
38. Повышение роли сферы туризма в развитии региональной экономики
39. Подходы к разработке рекламного продукта предприятия сферы туризма как части маркетинговой стратегии.
40. Православные храмы региона как объекты религиозного туризма.
41. Проблемы и пути развития биосоциального туризма в регионе (на примере).
42. Проблемы и пути развития историко-культурного туризма в регионе (на примере).
43. Проблемы и пути развития религиозного туризма в регионе (на примере).
44. Пути использования культурно-исторического потенциала региона для развития туризма (на примере).
45. Пути развития гастрономического туризма в Северном Приазовье.
46. Пути развития этнографического туризма в Северном Приазовье.
47. Пути решения проблемы создания новых рабочих мест в туризме.

48. Пути совершенствования применения информационных технологий на предприятиях (организациях) сферы туризма.
49. Разработка бизнес-плана создания комплексной туристской услуги.
50. Разработка инновационной концепции туризма, ориентированной на поддержании здоровья человека.
51. Разработка предложений по совершенствованию развития туризма региона
52. Разработка рекомендаций по формированию системы управления взаимоотношениями с клиентами на туристском предприятиях.
53. Разработка системы мотивации спроса и предложения по видам туристских услуг (на примере).
54. Разработка стратегии формирования лояльности потребителей в сфере туристского бизнеса.
55. Ресурсы туризма муниципальных образований и их оценка (на примере).
56. Риск-менеджмент как часть управления коммерческой деятельностью туристского предприятия.
57. Роль организационной культуры в деятельности работников сферы обслуживания (на примере).
58. Роль отдельных видов транспорта в перевозке туристов на разных направлениях: моделирование, анализ, предложения.
59. Роль спортивно-массовых мероприятий в системе туристского обслуживания.
60. Роль человеческих ресурсов в развитии сферы туризма (на примере).
61. Роль экологического туризма при создании туристско-рекреационной особой экономической зоны
62. Сезонность и сглаживание сезонных колебаний в туристском и гостиничном бизнесе.
63. Совершенствование анимационного менеджмента в туристской индустрии.
64. Совершенствование взаимодействия маркетинга туристских услуг и маркетинга территории.
65. Совершенствование деятельности маркетинговой службы в системе функционирования туристского предприятия
66. Совершенствование деятельности спортивных аниматоров в условиях санаторно-курортных предприятий Черноморского побережья
67. Совершенствование корпоративного взаимодействия между сотрудниками туристской организации
68. Совершенствование культуры служебных отношений в сфере туризма
69. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия сферы туризма (на примере).
70. Совершенствование международного сотрудничества в туризме

71. Совершенствование методики бизнес-планирования в туристской фирме
72. Совершенствование методики разработки туристского продукта для иностранных туристов
73. Совершенствование методов управления маркетингом в туристских фирмах.
74. Совершенствование механизма позиционирования и брэндинга туруслуг туристскими фирмами.
75. Совершенствование организации анимационных программ в туризме (на примере).
76. Совершенствование организации и технологии перевозок туристов (на примере вида транспорта).
77. Совершенствование организационной структуры управления организациями сферы туризма.
78. Совершенствование предпринимательской стратегия предприятия сферы гостеприимства (туризма).
79. Совершенствование технологии информационно-экскурсионного обслуживания туристов.
80. Совершенствование технологии организации спортивно-оздоровительного туризма.
81. Совершенствование технологии организации экскурсионной деятельности
82. Совершенствование технологии принятия управленческих решений на предприятиях сферы гостеприимства (туризма).
83. Совершенствование технологии продаж туристских услуг.
84. Совершенствование экскурсионной деятельности как фактора конкурентоспособности турфирмы.
85. Совершенствования системы управление рисками в турбизнесе.
86. Современное состояние и перспективы автобусного туризма в Европе.
87. Современное состояние и перспективы развития делового туризма в регионе (на примере).
88. Современное состояние и перспективы развития молодежного туризма в странах Средиземноморья
89. Современное состояние и перспективы развития музеев-заповедников в регионе.
90. Современное состояние и перспективы развития экскурсионных услуг в регионе.
91. Современное состояние и пути развития туристской отрасли в регионе.
92. Современные подходы к классификации и практическому использованию историко-культурных туристских ресурсов.
93. Современные подходы к определению эффективности выставочно-ярмарочной деятельности.
94. Современные тенденции мирового туризма.

95. Современные формы организации молодёжного досуга как социокультурная проблема.
96. Состояние и перспективы развития сельского туризма (на примере).
97. Состояние и перспективы развития сети национальных парков как объектов туризма
98. Сохранение объектов культурного наследия как решающий фактор развития познавательного туризма
99. Социально-психологический портрет потребителя туристских услуг как фактор формирования стратегии развития.
100. Социально-экономические предпосылки формирования и развития туризма в регионе
101. Способы повышения конкурентоспособности массового туристского продукта.
102. Сравнительная характеристика перспектив развития внутреннего и международного туризма (на примере)
103. Стимулирование потребителей (туристов) и пропаганда туристского продукта.
104. Стратегии позиционирования туристских услуг на зарубежном рынке
105. Стратегическое развитие турфирмы как ключевой фактор ее конкурентоспособности.
106. Стратегическое управление туристским предприятием.
107. Сущности и особенности организации экскурсионной деятельности на территории национальных парков.
108. Тенденции и перспективы развития услуг в сфере образовательного туризма
109. Тенденции и перспективы развития электронной коммерции в туризме в условиях российского рынка.
110. Технологии православного туризма в решении задач духовно-нравственного воспитания молодёжи.
111. Технологические аспекты реализации модели по подготовке инструкторов-проводников.
112. Технология формирования туристского продукта в рамках выездного культурно-познавательного туризма.
113. Трансформация функций туристских агентств и агентских сетей при развитии информационных технологий.
114. Туризм как средство социально-культурного развития региона.
115. Туристская политика как условие развития внутреннего и въездного туризма на современном этапе.
116. Туристско-рекреационная особая экономическая зона как форма государственно-частного партнерства.
117. Увеличение роли туризма в экономике государства и регионов.
118. Управление безопасностью в туризме как приоритет выбора туристической организации потребителем.

119. Управление методами продвижения турпродукта в сети Интернет.
120. Управление музеем-заповедником как основы повышения его привлекательности в качестве туристского объекта.
121. Управление планированием труда и социальным развитием туристского предприятия.
122. Управление социальной ориентацией современного менеджера (на примере).
123. Управление стратегиями маркетинговой конкуренции на туристском рынке.
124. Управление трудовой мотивацией работников сферы туризма (на примере).
125. Управление устойчивым развитием туризма (на примере туристского региона).
126. Формирование бренда территории как ресурс развития внутреннего и въездного туризма
127. Формирование единого информационного пространства в сфере туризма.
128. Формирование и поддержание корпоративной культуры предприятий индустрии гостеприимства и туризма.
129. Формирование конкурентных преимуществ объектов на основе их ценности в туризме (на примере).
130. Формирование конкурентоспособного регионального туризма на международном рынке.
131. Формирование неценовых конкурентных преимуществ турпродукта.
132. Формирование системы предоставления информации по обеспечению безопасности туристов.
133. Франчайзинг как фактор повышения экономической устойчивости туристского предприятия.
134. Центры народных художественных промыслов в системе познавательного туризма (на примере региона по выбору).
135. Частные музеи как фактор повышения привлекательности туристского региона
136. Экологические проблемы развития туризма в горно-туристском регионе (на примере).
137. Экологический туризм: возможности и перспективы его развития
138. Экономика и организация деятельности малых предприятий в туризме.
139. Элементы анимационной деятельности в современной экскурсионной практике
140. Этнический туризм в регионе: особенности, практический опыт, тенденции развития
141. Этнокультурные традиции как точки туристского интереса.
142. Эффективность менеджмента человеческих ресурсов в туризме и пути её повышения

143. Эколого-экономические основы развития рекреационных зон (на примере)

144. Формирование основных направлений государственной поддержки развития туристической отрасли

145. Стратегия управления маркетинговой деятельности туристических предприятий (на примере туристического предприятия)

146. Организационно-экономического обеспечения развития семейного предпринимательства (на примере)