

**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»**

Гуманитарный факультет
Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению курсовой работы
по дисциплинам:**

Туристско-рекреационное проектирование
Организация туристской деятельности
Маркетинг в туристской индустрии
Сервисная деятельность
Технология и организация гостиничных услуг
Технология и организация услуг питания

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
43.03.02. «Туризм»**

Казань, 2017

В руководстве даны основные требования к содержанию и оформлению курсовой работы.

Руководство составлено в соответствии с требованиями ООП 43.03.02. «Туризм» на базе ФГОС 3 ВО.

Составители:

Э. Р. Садыкова, канд. филол. наук, доцент кафедры социально-культурного сервиса и туризма;

Ю. А. Рахимзянова, преподаватель кафедры социально-культурного сервиса и туризма

Содержание

Введение.....	4
1. Общие положения.....	4
2. Организация выполнения курсовой работы.....	5
3. Структурные элементы курсовой работы.....	7
4. Требования к оформлению курсовой работы.....	8
5. Требования к оформлению презентации курсовой работы.....	14
6. Порядок аттестации по курсовым работам и оформления ее результатов..	15
Приложения.....	16

Введение

В современных условиях важнейшим аспектом подготовки специалистов для индустрии туризма является формирование у них таких качеств как самостоятельность и культура научного мышления, способность вести научную и профессиональную деятельность, навыков постановки целей и задач при разрешении проблемных ситуаций в профессиональной сфере. Предприятия индустрии туризма, становясь объектом товарно-денежных отношений, стремятся обеспечить высокую эффективность работы и конкурентоспособность на рынке услуг. В этой связи существенно возрастает роль специалистов, способных управлять и развивать деятельность предприятия.

Написание курсовой работы помогает студентам развить навыки самостоятельного изучения науки, получения и накопления знаний и преследует не только цели углубленного изучения дисциплины, но и возможность развития у студентов навыков работы с библиографией, статистическими сборниками, монографиями, исследованиями, журнальными статьями, базами данных и другими источниками информации.

Кроме этого, написание курсовой работы требует от студента правильного применения научного аппарата при оформлении сносок, библиографического списка использованной литературы, разработки плана работы и т.д.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящие методические рекомендации предназначены для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02. «Туризм».

1.2. Настоящие методические указания устанавливают требования, структуру, правила оформления и оценку курсовых работ и являются обязательными для преподавателей и студентов кафедры «Социально-культурный сервис и туризм».

1.3. Курсовая работа – один из основных видов учебной деятельности и форм контроля учебной деятельности студентов, предусмотренных учебным планом направления подготовки 43.03.02. «Туризм».

1.4. Курсовая работа представляет собой логически завершенное и оформленное в виде текста изложение студентом содержания отдельных проблем, задач и методов их решения в изучаемой дисциплине с целью углубленного изучения отдельных тем и овладения исследовательскими навыками.

1.1. Цели и задачи курсовой работы

Целями курсовой работы являются:

– систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по дисциплине и применение этих знаний при решении конкретных экономических и социальных задач в рыночных условиях;

- развитие навыков самостоятельной работы с нормативно-правовой, отчетной, статистической и плановой документацией, методическими материалами и литературой;
- овладение методикой анализа, исследования, экспериментирования при решении разрабатываемых задач;
- овладение навыками самостоятельной работы в сложных условиях рыночной экономики.

При постановке и решении конкретных производственных задач студент должен:

- правильно применять теоретические положения общественных и естественно-научных дисциплин;
- уметь анализировать действующие международные и национальные нормативно-правовые документы;
- уметь использовать современные методы технико-экономического анализа, экономико-математические методы и модели, прикладные программные продукты;
- грамотно выполнять технические и экономические расчёты.

В курсовой работе должна быть комплексно решена исследовательская задача, требующая согласованного решения вопросов организации, планирования и технологии процессов производства и реализации услуг на предприятиях туризма.

Курсовая работа разрабатывается на конкретном материале предприятий туризма.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

2.1. Тематика курсовых работ

Тематика курсовых работ должна быть актуальной и соответствовать современному состоянию и перспективам развития науки, сфер экономики, права и образования, а также задачам учебной дисциплины.

Темы курсовых работ должны соответствовать рекомендуемой примерной тематике курсовых работ в примерных и рабочих программах учебной дисциплины.

Темы курсовых работ могут быть связаны с программой производственной (профессиональной) практики студента.

Тематика курсовых работ, требования к ним и рекомендации по их выполнению доводится до сведения студентов в начале соответствующего семестра. Выбор темы осуществляется студентом самостоятельно и заблаговременно, но с одобрением у своего руководителя из числа преподавателей кафедры.

Тематика курсовых работ разрабатывается преподавателями данной дисциплины, рассматривается и принимается кафедрой, утверждается начальником учебно-методического управления. Примерную тематику

курсовых работ и настоящие методические рекомендации студент получает в деканате.

При выборе темы студент руководствуется:

- своими научными интересами, определившими тематику его рефератов,
 - своими научными докладами;
 - актуальностью темы, ее практической значимостью;
- Любое изменение темы после ее утверждения не допускается.

2.2. Руководство курсовой работой

Руководство курсовой работой осуществляет преподаватель, ведущий соответствующую дисциплину.

Функциями руководителя курсовой работы являются:

- практическая помощь студенту в выборе темы, разработка плана и графика ее выполнения;
- рекомендации по подбору литературы и фактического материала;
- систематический контроль за ходом выполнения курсовой работы в соответствии с планом;
- квалифицированные консультации по вопросам содержания и последовательности выполнения работы;
- информирование председателя цикловой комиссии в случае несоблюдения студентом установленного графика выполнения работы;
- оценка качества выполнения курсовой работы в соответствии с требованиями.

2.3. Этапы и сроки выполнения курсовой работы

Курсовая работа выполняется студентами в сроки, предусмотренные графиком учебного процесса.

Студент составляет план работы, определяет ее структуру, содержание, название глав и параграфов, подбирает монографическую и специальную литературу, разрабатывает опорные конспекты (раздаточный материал), консультируется с руководителем.

Выполненная работа сдается на кафедру социально-культурного сервиса и туризма или в деканат для проверки. После положительной оценки её научным руководителем она должна быть возвращена студенту для подготовки к защите или переработке при не соответствии требованиям:

- если работа соответствует предъявленным требованиям, руководитель оценивает её положительно и сообщает об этом студенту;
- неудовлетворительно выполненная работа подлежит переработке в соответствии с замечаниями преподавателя. Рецензия на неудовлетворительно выполненную работу может быть изложена в виде замечаний на титульном листе оцениваемой курсовой работы.

Повторно выполненная работа сдается на кафедру социально-культурного сервиса и туризма или в деканат с первым вариантом курсовой

работы и рецензией на неё. Оценка по итогам работы является одним из критериев определения уровня подготовки студентов.

Курсовая работа студенту не возвращается и хранится на кафедре социально-культурного сервиса и туризма НОУ ВПО «Университет управления «ТИСБИ»» не менее года.

3. СТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

В курсовую работу входит (схематично структура представлена в *приложении 1*):

- стандартно оформленный титульный лист – *Приложение 2*;
- стандартно оформленное содержание – *Приложение 3*;
- отзыв научного руководителя – *Приложение 4*;
- введение – до 5% общего объёма текстовой части работы;
- первый раздел текстовой части – изучение теоретических аспектов – до 35% общего объёма работы;
- второй раздел текстовой части – анализ практических аспектов – до 50% общего объёма работы изучаемой темы (на примере конкретного гостиничного предприятия);
- заключение – до 5% общего объёма текстовой части работы;
- список использованной литературы не менее 25 источников;
- приложения.

3.1. Требования к содержанию

Содержание курсовой работы должно иметь логическую последовательность, убедительность и достоверность излагаемого материала, краткость и точность формулировок, целенаправленность, и обоснованность выводов и предложений, направляемых на совершенствование поставленных проблем.

Выводы по каждому разделу излагаются в конце раздела, затем вносятся в заключительную часть курсовой работы. Выводы должны быть основаны на проведенном в работе анализе.

Содержание представляет собой последовательное перечисление наименований разделов (глав), подразделов, а также указаний страниц, на которых размещается начало разделов. В содержание включается список используемых литературы и источников, а также приложения.

Введение (объемом не более трёх страниц) представляет собой краткий анонс содержания курсовой работы по следующему алгоритму: четкая аргументация актуальности темы и ее места в сфере практического применения; круг исследуемых вопросов по теме курсовой работы; цели и задачи, объект и предмет исследования курсовой работы; источники информации: нормативно-техническая документация, законодательные акты, статистические сборники, научная литература, справочники, словари, Интернет-информация по избранной теме.

В основной части курсовой работы дается теоретическая оценка состояния исследуемого вопроса, обосновываются проблемы и направления их решения, высказывается мнение автора и подчеркивается точка зрения специалистов, изучающих эту область науки. Проводится анализ собранных данных, используя соответствующие методы.

В структуре основной части должны быть выделены главы (1,2,3), а в их составе – вопросы (параграфы) (1.1, 1.2, 1.3... 2.1, 2.2, 2.3...). Названия глав формулируются в соответствии с темой, по возможности кратко, не повторяя ее название, и отражают содержание курсовой работы.

Заключение (объемом две-три страницы) содержит краткие результаты работы, выводы по всем пунктам (главам, параграфам) плана (содержания) курсовой работы. Отражает возможные перспективы развития рассматриваемых вопросов, формулирует проблемные положения, дискуссионные аспекты и т.д.

Список использованных литературы и источников содержит сведения об источниках, использованных при выполнении курсовой работы.

Приложение. В приложения рекомендуется включать материалы, связанные с выполненной курсовой работой, которые по каким-либо признакам не могут быть включены в основную часть (большой объем материалов, вспомогательные материалы и т.д.).

Курсовая работа, оформленная надлежащим образом, должна быть переплетена. Примерная тематика курсовых работ представлена в *приложении 5*.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Оформление текстовой части курсовой работы согласно ГОСТ 2.105-95 «Общие требования к текстовым документам». ГОСТ 7.1 – 2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

В процессе выполнения разделов курсовой работы необходимо обратить особое внимание на культуру письма, речи, не допускать грамматических, орфографических и синтаксических ошибок. Текст работы должен быть написан, простым, легко читаемым языком ясным и доступным для восприятия. Текст работы не надо перегружать иностранными словами.

4.1. Требования к тексту курсовой работы

Объем курсовой работы должен составлять не менее 35 страниц и не более 45 страниц машинописного текста, включая графический материал, диаграммы, рисунки, таблицы и т.д. Приложения могут быть в неограниченном количестве (но они не должны иметь нормативный характер, т.е. быть законами, инструкциями, постановлениями, указами и т.д.).

Текст работы должен быть набран на компьютере в формате А4, шрифтом Times New Roman размером 14 пт (при оформлении текста с

использованием текстового процессора Microsoft Word). Шрифт, используемый в иллюстративном материале (таблицы, графики, диаграммы и т.п.), при необходимости может быть меньше, но не менее 10 пт.

Межстрочный интервал в основном тексте – полуторный. В иллюстративном материале межстрочный интервал может быть одинарным.

Поля страницы должны быть:

- левое поле – 30 мм;
- правое поле – 10 мм;
- верхнее и нижнее поле – 20 мм.

Каждый абзац должен начинаться с красной строки. Отступ абзаца – 12,5 мм от левой границы текста. Недопустимо делать красную строку с помощью клавиш «Пробел» или «Tab». Выравнивание текста – по ширине.

В тексте курсовой работы сокращения терминов допустимы только после введения содержательного определения данного термина.

Нумерация страниц сквозная, в нижней части листа, по центру арабскими цифрами. Титульный лист, оглавление и приложения включаются в общую нумерацию страниц, но номер страницы на титульном листе не проставляется. Нумерация начинается с «Содержания» (т.е. со страницы 2).

4.2. Оформление титульного листа

На титульном листе приводят следующие сведения (*приложение 2*):

- наименование ВУЗа: *Учреждение высшего образования «Университет управления «ТИСБИ»;*
- наименование структурного подразделения: *Гуманитарный факультет;*
- наименование кафедры: *Кафедра социально-культурного сервиса и туризма.*
- форма работы: *курсовая работа;*
- наименование работы: *тема курсовой работы;*
- *инициалы и фамилия исполнителя работы;*
- *должность, инициалы и фамилия научного руководителя;*
- *указание «Допущен к защите. Зав. кафедрой _____»;*
- *место и год выполнения работы.*

4.3. Оформление заголовков

Каждая глава работы должна начинаться с новой страницы. Параграфы следуют друг за другом без вынесения нового параграфа на новую страницу. Не допускается начинать новый параграф внизу страницы, если после заголовка параграфа на странице остается три-четыре строки основного текста. В этом случае параграф необходимо начать с новой страницы.

Заголовки глав, а также заголовки введения, заключения, содержания и списка литературы должны быть напечатаны прописными буквами и располагаться посередине строки. Заголовки параграфов начинаются с

прописной буквы, последующие буквы – строчные. Заголовки параграфов должны быть расположенными посередине строки.

Главы нумеруются арабскими цифрами (1,2,3). Слово «Глава» не пишется. Параграфы нумеруются арабскими цифрами в пределах главы (1.1, 1.2, 1.3, и т.п.). После цифры ставится точка и пишется соответствующий заголовок. Точка в конце заголовков (глав, разделов, параграфов) не ставится.

Допускается выделение заголовков глав, параграфов, разделов жирным шрифтом. Не допускается использование подчеркивания в заголовках, использование двух и более типов выделения в заголовках (например, курсив и жирный шрифт, курсив и другой цвет, отличный от основного текста), перенос слов в заголовках глав и параграфов, а также использование в тексте курсовой работы нестандартных символов, в заголовках применение сокращений.

Например:

1. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ ТУРИСТИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА
1.1. Основные показатели производственно-хозяйственной деятельности туристического агентства

4.4. Оформление таблиц

Оформление согласно ГОСТ 2.105-95 «Общие требования к текстовым документам».

Данные статистических наблюдений и их обработка, исходная информация для анализа, горизонтальный и вертикальный анализ, как правило, приводятся в таблицах. Таблица – это перечень сведений, числовых данных, приведенных в определенную систему и разнесенных по графам. Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным и кратким. Иллюстративный материал включается в курсовую работу с целью наглядности аргументации и обоснования выводов, полученных студентом. Таким образом, в основной части курсовой работы помещается только тот материал, который способствует лучшему обоснованию выводов, полученных студентом. Таблицы, отчетные формы и другой фактический материал, который представляет собой исходные данные, на основании которого производилось исследование, в основной текст работы не включаются, но могут быть вынесены в приложение. Графики и диаграммы, построенные на основе исходных фактических данных, рекомендуется включать непосредственно в основной текст работы.

Весь иллюстративный материал должен, по возможности, помещаться непосредственно после первого его упоминания в тексте.

В графах таблицы не допускается оставлять свободные места. Если соответствующие данные отсутствуют, в графе проставляется прочерк.

При необходимости таблицу можно переносить на другую страницу. В этом случае применяется следующий вариант оформления. Заголовки

столбцов (или строк) таблицы пронумеровываются, и на следующей странице не повторяется текст заголовков, а проставляется только соответствующий номер столбца (строки). Над продолжением таблицы сверху печатаются слова «Продолжение таблицы 2.3.1». Название таблицы на новой странице не повторяется.

Не допускается начинать таблицу внизу страницы, если после названия таблицы остается только заголовочная часть, либо заголовочная часть плюс одна/ две строки содержания, а основная часть таблицы при этом оказывается на следующем листе.

Не допускается также перенос таблицы на следующую страницу, если на следующую страницу переносятся одна / две строки содержания таблицы. В этом случае следует либо несколько уменьшить размер шрифта, используемого в таблице, чтобы таблица поместилась целиком на предыдущем листе, либо немного увеличить интервалы между строками таблицы, чтобы таблица располагалась на страницах более равномерно.

Например:

Таблица 2.3.1.

Средняя стоимость туров «Алые паруса» и его конкурентов

Название тура	Алые паруса	Магеллан Трэвел	Терра Инкогнита
1	2	3	4
ОАЭ. Питание ВВ. 7 ночей	37690	35790	38475
Таиланд. Курорт Патайя. 7 ночей. Питание ВВ	121797	118300	125050
Израиль	47500	42690	48475

4.5. Оформление рисунков

К рисункам относятся рисунки, схемы, диаграммы, графики и т.д. Если таблица или рисунок по объему занимают более одной страницы текста, то их необходимо вынести в приложение к работе.

Например:

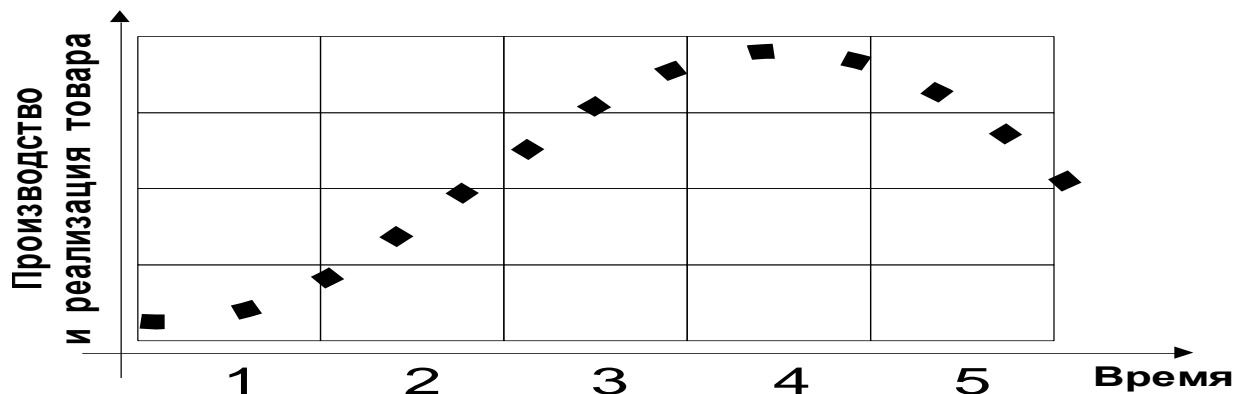


Рис. 1.1.2. Жизненный цикл товара

Где:

«1» – Разработка товара;

- «2» – Выведение товара на рынок;
- «3» – Рост объемов производства и продаж;
- «4» – Зрелость товара;
- «5» – Спад.

Размещение рисунков в курсовой работе такое же, как и для другого иллюстративного материала, то есть либо сразу же после ссылки на него, либо на ближайшей к этой ссылке странице. Рисунки следует размещать в тексте так, чтобы их можно было рассматривать без поворота работы.

Все рисунки должны быть пронумерованы в пределах параграфа арабскими цифрами [(«Рис. 2.1.1»)]. Непосредственно за обозначением нумерации рисунка следует содержательный заголовок. Номер рисунка и заголовок размещаются внизу рисунка, по центру относительно рисунка.

Таблицу или рисунок размещают в зависимости от их размера:

- под текстом, в котором впервые дана ссылка;
- в тексте на следующей странице после первого упоминания;
- при необходимости в Приложении к курсовой работе.

Таблицы и рисунки должны сопровождаться пояснениями.

На все таблицы, рисунки и приложения в тексте дипломного проекта (работы) должны быть приведены ссылки.

4.6. Оформление сносок и ссылок

Все литературные источники должны быть пронумерованы арабскими цифрами (сквозная нумерация по всему списку литературы). Ссылка в тексте на порядковый номер источника в списке использованной литературы заключается в квадратные скобки, указывается номер страницы, на которую делается ссылка. Например: [24, с. 44], что означает: 24 источник, 44 страница.

4.7. Составление и оформление библиографического списка

Библиографическое описание – совокупность библиографических сведений о документе, его составной части или группы документов, данных по определенным правилам, необходимых и достаточных для общей характеристики и идентификации документа.

Нижеприведенная структура литературных источников обязательна для курсовой работы. Список должен содержать не менее 25 источников.

Порядок указания источников следующий:

- нормативно-правовые акты;
- законы РФ;
- подзаконные акты, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ;
- нормативные акты;
- учебники, монографии, диссертации и т.п.;
- статьи из периодических изданий;
- справочники;

- Internet;
- материал с базы практики.

Внутри каждого подраздела списка литературные источники располагаются в алфавитном порядке (авторов или названий).

Законодательные акты.

1. Федеральный закон от 7.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»// Собрание законов РФ от 1 марта 1992 г. (с исправлениями и добавлениями 5.05.2014).

Указы Президента РФ, постановления Правительства РФ.

2. Постановление от 25 апреля 1997 г. № 490 «Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации»// Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей»// Собрание законов РФ от 1 марта 1992 г. (с исправлениями и добавлениями от 1.02.2005 № 49).

Нормативные акты.

3. Положение о государственной системе классификации гостиниц (на основе Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»)

Учебники, монографии, диссертации.

4. Дурович А. П. Маркетинг в туризме/ А. П. Дурович – М.: Новое знание, 2011. – 236 с.

5. Моисеева Н. К. Маркетинг и турбизнес: Учебник/ Н.К.Моисеева – М.: Вентана-Граф, 2010. – 496 с.

Статьи из периодических изданий.

6. Панкова С. В., Кубаткина Г. А. Понятие и классификация туристских услуг как объекта управленческого учета. ГОУ ВПО «Оренбургский государственный университет» 2000 «ОТЕЛЬ». Вестник ОГУ №2/2009. – с. 72.

Internet.

7. Современные тенденции развития мировой Индустрии туризма. Доступ к источнику: <http://buklib.net/books/23031/>.

Материал с базы практики

Устав турфирмы «Алые Паруса».

4.8. Оформление приложения

В приложение помещаются материалы, дополняющие текст документа. Например, использованные для расчетов данные; промежуточные таблицы и диаграммы, которые повлияли на построение окончательных таблиц и диаграмм; промежуточные расчеты, показывающие динамику развития доказательств студента; описания алгоритмов; таблицы и рисунки нестандартного формата и т.д.

Приложения помещаются после списка литературы. Приложения имеют общую с остальной частью курсовой работы сквозную нумерацию страниц. Каждое приложение последовательно нумеруется арабскими цифрами. Если приложение больше одной страницы, то оно переносится на другую страницу и вверху обозначается как «Продолжение приложения...».

В тексте курсовой работы на все приложения должны быть приведены ссылки. Расположение приложений в конце документа должно соответствовать порядку появления ссылок на них в тексте.

Каждое приложение начинается с новой страницы. В верхнем правом углу страницы указывается слово «Приложение» и ставится его порядковый номер (например, «Приложение 1»). Каждое приложение должно иметь заголовок, который ставится на следующей строке после слова «Приложение», и этот заголовок центруется относительно текста.

Если документы имеют большой формат, они должны быть сложены по формату А4. При этом одна страница такой нестандартной величины нумеруется как одна страница приложения (без учета ее сложения).

5. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ПРЕЗЕНТАЦИИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Для качественного выполнения работы необходимо соблюдать критерии оценки результатов представленных работ в презентации Power Point:

Полнота изложения информации:

- формулировка темы, указание авторства;
- формулировка цели исследования;
- ясность структуры темы – содержание;
- выделение существенных вопросов темы;
- глубина и содержательность раскрываемой темы (проблемы);
- результаты и выводы получены и соответствуют поставленной цели;

цели;

- использованные ресурсы указаны на последнем слайде.

Качество выполнения:

- разнообразие видов предоставления информации (графики, гистограммы, фотографии, таблицы, схемы, рисунки и т.п.);
- простота восприятия (дозированность информации);
- количество символов на слайде (от этого зависит желание читать текст);
- единый стиль презентации;
- оригинальность идеи представления информации;
- не более 2-3 предложений на слайде.

Общий вид:

- соблюдена стилистика текста;
- грамотность текста;
- соблюдена правила дизайна (гармония цветовой палитры и сочетания текста и фона);
- учтен размер используемых шрифтов (от этого зависит физическая возможность прочесть текст);
- смена слайдов по времени (успеть увидеть, прочесть, осмыслить).

Структура презентации:

- общий объем слайдов – не менее 7;
- 1 слайд – титульный лист, в котором отражена принадлежность к образовательному учреждению (колонтитул), тема работы, ФИО студента, ФИО руководителя, год;
- 2 слайд – введение, которое содержит актуальность темы, поставленные цели и задачи работы;
- 3-5 слайды распределяются равномерно на основные части работы;
- 6-7 слайд – заключение, которое отражает основные выводы

6. ПОРЯДОК АТТЕСТАЦИИ ПО КУРСОВЫМ РАБОТАМ И ОФОРМЛЕНИЯ ЕЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

К защите курсовая работа допускается руководителем после подготовки письменного отзыва (Приложение 3). Защита курсовых работ является обязательной и проводится публично с участием аттестационной комиссии – не менее 2-х человек из числа преподавателей по соответствующему учебному курсу с использованием мультимедийной презентации. Защита курсовых работ проводится в специально отведенное в расписании время. Ход защиты курсовой работы оформляется протоколом.

Положительным результатом выполнения курсовой работы является достижение сформулированных во введении целей и задач, изложенных в виде выводов в заключении. Оценка, полученная студентом по итогам защиты курсовой работы, является окончательной и отражается на титульном листе курсовой работы.

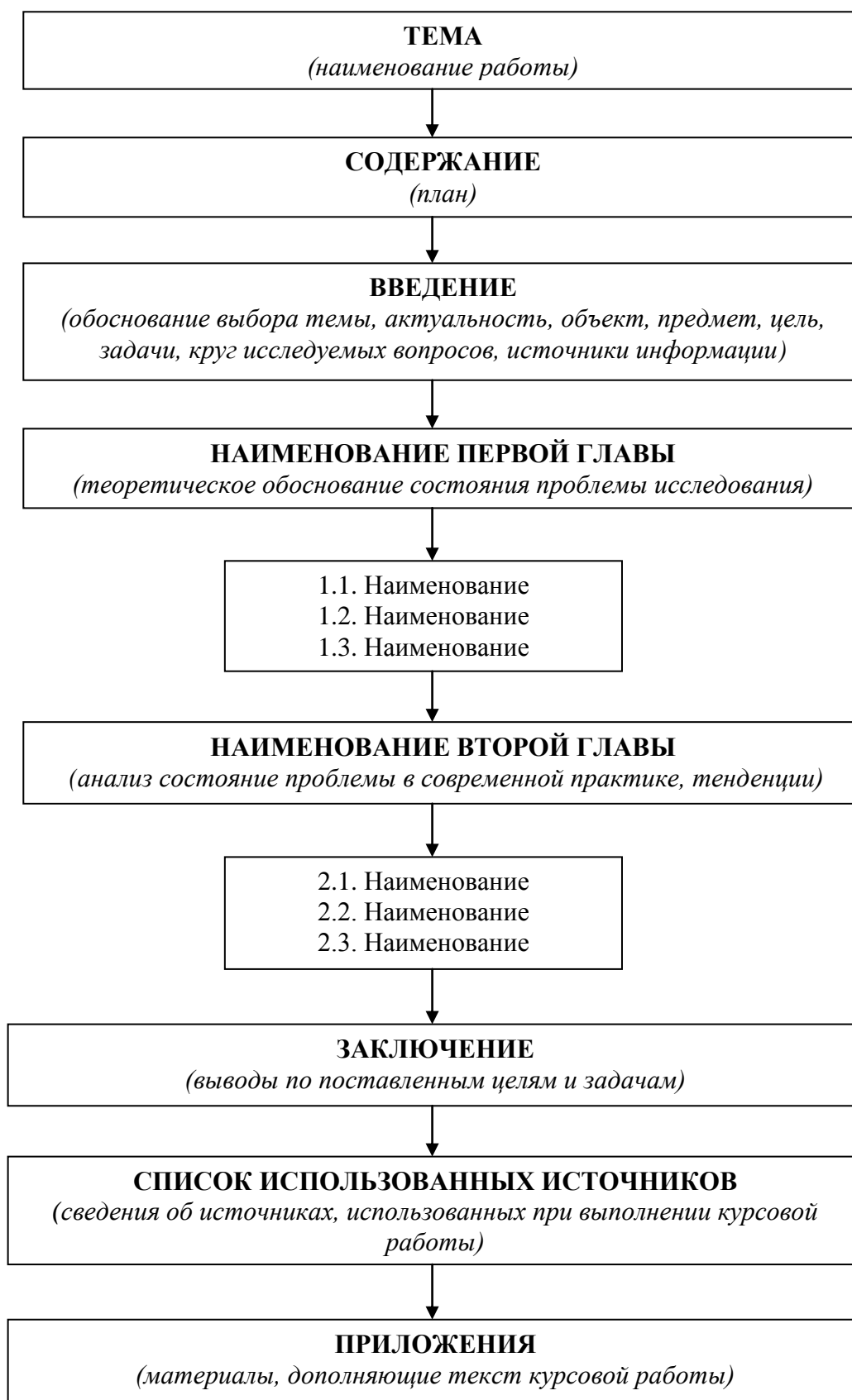
Формой аттестации студента является дифференцированный зачет («отлично», «хорошо», «удовлетворительно»).

Оценка за курсовую работу выставляется в ведомость, зачетную книжку студента и в журнале учета сданных и защищенных курсовых работ. Студент, не предоставивший в установленный срок курсовую работу или не защитивший ее по уважительной причине (подтвержденной документально), считается имеющим академическую задолженность и возможно назначение дополнительного срока защиты.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Структура курсовой работы



Образец титульного листа курсовой работы

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»

Гуманитарный факультет
Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

Курсовая работа

на тему: «_____»
_____»
название работы

Работу выполнил (а)
студент (ка) гр.

(Ф.И.О.)

Научный руководитель
ученое звание, степень

(Ф.И.О.)

Казань, 20__ г.

Образец оформления оглавления

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА КАЗАНИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА.....	6
1.1. Деловой туризм как сегмент туристского рынка.....	6
1.2. Анализ рынка делового туризма в мире.....	12
1.3. Анализ рынка делового туризма в Казани.....	18
2. АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ УСЛУГ НА РЫНОК ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА.....	25
2.1. Описание туристского предприятия.....	25
2.2. Описание предлагаемых услуг.....	31
2.3. Ценообразование и политика цен.....	39
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	49
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ.....	54
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	59

Образец оформления отзыва научного руководителя

Отзыв руководителя

на курсовую работу студента (ки) УВО «Университет управления «ТИСБИ»

Ф.И.О. студента, номер группы

Гуманитарный факультет

выполненную по дисциплине: _____
Наименование дисциплины

на тему: _____
Название работы

Соответствие структуры и содержания курсовой работы теме: _____

Заключение по теоретической части: _____

Заключение по практической части: _____

Обоснованность и практическая значимость предложений и рекомендаций, сделанных в курсовой работе: _____

Соответствие студента требованиям к его личностным характеристикам (самостоятельность, ответственность, умение организовать свой труд и др.): _____

Оформление курсовой работы: _____

Общее заключение: _____

Научный руководитель _____
(Ф.И.О.) _____
(подпись)

Дата «__» _____ 20__ г.

**Примерная тематика курсовых работ
«Туристско-рекреационное проектирование»**

1. Оценка рекреационных потребностей населения в различных видах кратковременного и длительного отдыха
2. Проектирование городских парков как основных полифункциональных комплексов кратковременного отдыха
3. Рекреационный урбанизм
4. Архитектурно-планировочная организация тематических парков на примере «Диснейленда», «Этномира» и «Мини-Европы»
5. Проектирование рекреационных услуг и циклов рекреационных занятий
6. Проектирование лечебных и лечебно-оздоровительных услуг и циклов занятий в санаторно-курортной практике
7. Проектирование циклов занятий в различных видах горного туризма (горного, спелео, горнолыжного, альпинизма)
8. Проектирование циклов занятий в экологическом туризме
9. Проектирование циклов занятий в научно-экспедиционном туризме
10. Проектирование циклов занятий в различных видах сельского туризма
11. Проектирование экскурсионных программ в различных видах культурного туризма
12. Методика организации и проектирование туров
13. Проектирование лечебно-оздоровительных туров
14. Проектирование летних спортивных туров (горных)
15. Проектирование горнолыжных туров
16. Проектирование дайвтуров
17. Проектирование приключенческих туров
18. Проектирование водных спортивных туров (рафтинг, континентальный яхтинг)
19. Проектирование водных любительских семейных туров
20. Проектирование охотничьих туров
21. Проектирование рыболовных туров
22. Проектирование туров с национальным экстримом
23. Проектирование экологических туров
24. Проектирование туров сельского туризма
25. Проектирование хобби-туров (винных и кулинарных)
26. Проектирование хобби-туров (минералогических, зоологических, ботанических)
27. Проектирование культурно-познавательных туров
28. Проектирование религиозных туров
29. Проектирование этнографических туров
30. Проектирование спортивно-зрелищных туров
31. Проектирование фестивальных туров

Примерная тематика курсовых работ «Организация туристской деятельности»

1. Анализ туристских ресурсов и туристской индустрии РТ и их влияние на формирование турпродукта.
2. Анализ конкурентоспособности турфирм города Казань.
3. Анимационные программы: задачи, цели, перспективы.
4. Ассортиментная политика в маркетинге турфирмы.
5. Влияние экономико-политических и социально-культурных факторов на развитие туризма.
6. Возможности применения Интернет-технологий в разработке, формировании и продвижении турпродукта.
7. Вопросы развития въездного и внутреннего туризма в РФ.
8. География туризма.
9. Глобализация рынка туристических услуг: особенности проявления.
10. Государственная политика РФ (РТ) в сфере санаторно-курортного лечения, оздоровления и отдыха.
11. Государственная политика в сфере туризма: правовой аспект.
12. Государственное регулирование развития туризма в России (Татарстане).
13. Детский туризм и его проектировочные и технологические особенности.
14. Индустрия туризма и индустрия гостеприимства в РФ (РТ).
15. Инновационные направления развития туризма в России.
16. Исторические формы въездного международного туризма в России.
17. Маркетинговые исследования в сфере туризма.
18. Международное регулирование туризма.
19. Международный туризм: история, состояние, перспективы развития.
20. Место туризма на мировой арене.
21. Национальные парки в системе экологического туризма в РФ.
22. Организация деятельности многопрофильного турагентства.
23. Организация и управление в сфере туризма.
24. Организация обслуживания туристов.
25. Особенности организации чартерных перевозок.
26. Особенности организации экскурсионного вида туризма.
27. Основы безопасности туристской деятельности.
28. Перспективные виды туристической деятельности в России (Татарстане).
29. Перспективы развития туризма в Республике Татарстан.
30. Проектирование и технология организации специализированных туров для иностранцев в России.
31. Проектирование и технология организации религиозных туров.
32. Проектирование и технология реализации образовательных туров.
33. Особенности продвижения турпродукта.

34. Основные направления развития рынка туристических услуг в РФ (РТ).
35. Развитие туризма в современной России.
36. Развитие туризма: зарубежный опыт.
37. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций в сфере туризма.
38. Разработка специализированного обучающего тура для иностранных студентов, изучающих русский язык.
39. Разработка специализированного образовательного (обучающего) тура за рубеж.
40. Разработка турпродукта и формирование туров туроператором.
41. Региональный туризм: понятие и особенности управления.
42. Реклама в индустрии туризма.
43. Сегментация рынка в туризме.
44. Сельский туризм: возможности организации и перспективы развития в РФ (РТ).
45. Совершенствование туристско-экскурсионного обслуживания иностранных туристов в РФ (РТ).
46. Современные виды туризма.
47. Специальные виды туризма.
48. Современные методы продвижения турпродукта.
49. Современные тенденции развития туризма в Европе.
50. Средства размещения в сфере туризма.
51. Состояние, проблемы, тенденции развития, характеристика различных видов туристских ресурсов в РТ.
52. Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператора.
53. Технологии организации выездных туров.
54. Технологии организации внутреннего туризма.
55. Технология разработки туров в системе туроперейтинга.
56. Туризм в СССР.
57. Туризм выходного дня и его проектировочные и технологические особенности.
58. Туристический бизнес в России (Татарстане).
59. Туристский регион: содержание и границы понятия (на примере анализа РТ).
60. Туристские ресурсы Татарстана и перспективы их развития.
61. Турпроектирование на основе ресурсов РТ.
62. Туры выходного дня и возможности их проведения в Казани.
63. Ценовая политика в индустрии гостеприимства.
64. Экотуризм и его проектирование и технологические особенности.
65. Public Relations в туризме.

Примерная тематика курсовых работ «Маркетинг в туристской индустрии»

1. Процесс управления маркетингом и построение его модели для предприятий индустрии туризма.
2. Методы анализа и прогноза конъюнктуры рынка индустрии туризма.
3. Международный маркетинг продукции и услуг индустрии туризма.
4. Стратегическое планирование, разработка и контроль маркетинговых программ на предприятиях туристской отрасли.
5. Продвижение на рынке услуг (в т.ч., международных): стратегия коммуникаций, стимулирование сбыта и реклама.
6. Методы распространения услуг индустрии туризма и проблемы их совершенствования.
7. Разработка подходов к ценообразованию на услуги (тех или иных видов) предприятий индустрии туризма.
8. Разработка услуги как товара и принципов анализа его жизненного цикла.
9. Разработка туруслуг как товара: уровень товара, его классификация, марка, сопутствующие услуги.
10. Сегментирование рынка предприятий туристской отрасли, выбор целевых сегментов и позиционирование, например, туристских фирм.
11. Потребительские рынки и построение модели покупательского поведения потребителей услуг туристской отрасли.
12. Маркетинговая микросреда предприятия индустрии туризма и ее анализ.
13. Маркетинговая макросреда предприятий туристской отрасли.
14. Особенности маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской отрасли.
15. Особенности маркетинга в сфере туризма региона.
16. Мотивация поведения потребителей туристских услуг.
17. Планирование маркетинга в туризме.
18. Маркетинговые исследования в туристской индустрии региона.
19. Маркетинговые исследования туристского рынка региона.
20. Маркетинговые исследования туристских продуктов региона.
21. Маркетинговые исследования конкурентов туристской индустрии г. Казани
22. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг.
23. Сегментация рынка туристских услуг региона.
24. Формирование маркетинговой стратегии туристических фирм региона.
25. Маркетинговая продуктовая стратегия туристических фирм региона.
26. Маркетинговая ценовая стратегия туристических предприятий.
27. Маркетинговая сбытовая стратегия туристических предприятий.

28. Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций.
29. Пропаганда в комплексе маркетинговых коммуникаций.
30. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций туристической фирмы.
31. Особенности средств распространения туристской рекламы в регионе.
32. Выставки и ярмарки как каналы распространения туристского продукта.
33. Особенности сегментирования рынка и туристских продуктов в регионе.
34. Особенности маркетинга в гостиничном бизнесе.
35. Особенности маркетинга страховых услуг в туризме.
36. Особенности маркетинга транспортных предприятий сферы туризма.
37. Особенности маркетинга предприятий питания сферы туризма.
38. Особенности маркетинга охранных предприятий сферы туризма.
39. Особенности экскурсионного маркетинга.
40. Методы анализа и прогноза конъюнктуры рынка туристских услуг.

Примерная тематика курсовых работ «Сервисная деятельность»

1. История развития сервисной деятельности в России и Татарстане.
2. Значение сервисной деятельности в экономике и общественной структуре развитых стран мира на рубеже XX-XXI вв.
3. Современные тенденции, прогнозы и перспективы развития сервисной деятельности.
4. Основные этапы реформирования советской сферы услуг и особенности этого процесса в настоящее время.
5. Особенности сервисной деятельности современной России. Отличия и сходства российского сервиса с мировой практикой сервиса.
6. Роль государства и права в развитии сферы услуг. Услуги государственных учреждений на потребительском рынке
7. Социальное обеспечение государства как фактор развития социального обслуживания
8. Сервис и потребности человека. Динамика структуры потребностей человека как фактор развития сервисной деятельности.
9. Влияние гендерных, этнических, возрастных особенностей людей на поведение в процессе обслуживания.
10. Социально-психологические аспекты взаимодействия персонала сервисного предприятия с клиентами.
11. Профессиональная культура работников сферы сервиса.
12. Специфика деловой этики. Основные нравственные проблемы деловых отношений в сфере сервиса.
13. Этические особенности профессиональной деятельности в сфере сервиса.
14. Корпоративная культура предприятий сервисной отрасли. Корпоративные кодексы в сфере сервиса.
15. Значение эстетических компонентов в процессе обслуживания потребителей.
16. Культура общения в сервисе. Роль этикета в сервисной деятельности.
17. Правовые, административные и моральные требования, предъявляемые к процессам обслуживания потребителей
18. Взаимодействие производителей и потребителей услуг в контактных зонах сервисного предприятия.
19. Понятие имиджа, имиджмейкинга. Их роль и значение в сервисной деятельности.
20. Услуга как основа сервисной деятельности. Особенности услуг. Виды услуг. Качество услуг, критерии оценки.
21. Материальные услуги. Тенденции и перспективы развития сферы сервиса по производству материальных услуг в России и Татарстане.
22. Виды услуг, конфликтующие с общественным мнением. Законодательно запрещенные разновидности услуг.

Примерная тематика курсовых работ «Технология и организация гостиничных услуг»

1. Автоматизированные системы управления в отелях
2. Инженерные технологии в современных отелях
3. Культура обслуживания в сфере гостеприимства
4. Корпоративные стандарты обслуживания в гостеприимстве
5. Особенности приема иностранных граждан в гостиницах
6. Особенности организации обслуживания в отелях эконом-класса.
7. Оснащение и особенности обслуживания в высококлассных отелях
8. Профессиональный портрет работника службы приема и размещения в отеле
9. Профессиональный портрет работника службы горничных в отеле
10. Профессиональный портрет работника службы безопасности в отеле
11. Процесс бронирования мест в гостиницах и совершенствование его технологии
12. Room-service – особенности обслуживания в номерах отеля
13. Современные технологии в гостиничной деятельности (системы безопасности, электронные замки, АСУ, internet wi-fi)
14. Современные технологии бронирования мест в отеле
15. Технология приема и размещения гостей в гостинице.
16. Технология встречи и обслуживания VIP- клиентов гостиницы.
17. Технология работы с постоянными гостями гостиницы.
18. Технология работы с иностранными гостями в гостинице. Учет национальных и религиозных особенностей при обслуживании клиентов.
19. Технология работы с гостями гостиницы, имеющими ограниченные физические возможности.
20. Технология работы швейцаров в гостинице.
21. Технология работы беллманов в гостинице.
22. Технология работы службы консьержей в гостинице.
23. Технология работы службы дворецких в гостинице.
24. Технология работы службы по предоставлению дополнительных и сопутствующих услуг в гостинице.
25. Технология работы бизнес-центра в гостинице.
26. Технология работы по предоставлению экскурсионного обслуживания в гостинице.
27. Технология работы по предоставлению транспортного обслуживания в гостинице.
28. Технология работы по организации отдыха и развлечений в гостинице.
29. Технология работы спортивно-оздоровительного центра в гостинице.
30. Технология работы службы питания в гостинице,
31. Технология работы отдела по организации банкетов и конференций

в гостинице.

32. Технология работы службы хозяйственного обеспечения в гостинице.

33. Технологии работы по предоставлению бытовых услуг в гостинице.

34. Технология работы административной службы в гостинице

35. Технология работы отдела по управлению персоналом в гостинице.

36. Технология работы отдела маркетинга и продаж в гостинице.

37. Технология работы инженерно-технической службы в гостинице.

38. Технология работы отдела безопасности в гостинице.

39. Технология регистрации и размещения туристских групп в гостинице.

40. Технология обеспечения качества услуг гостиницы

41. Зависимость функционирования гостиничного предприятия от ее территориального месторасположения в мегаполисе города (на примере..)

42. Специфика организации работы кемпинга на рынке гостиничных услуг (на примере..)

43. Этапы проведения классификации гостиничного предприятия (на примере..)

44. Экологизация предприятий гостиничной отрасли (на примере..)

45. Особенности работы привокзальных гостиниц (на примере..)

46. Особенности функционирования малых отелей (на примере..)

47. Формирование гостиничных цепей в регионах России

48. Сравнительный анализ конкурентоспособности автономных гостиниц с сетевыми отелями

49. Перспективы развития рынка гостиничных услуг региона (города, района)

50. Мировые гостиничные цепи и их влияние на развитие гостиничного дела региона (города)

51. Анализ конкурентоспособности малой гостиницы

52. Роль дополнительных услуг в деятельности гостиничного предприятия (на примере..)

53. Влияние «звездности» на работу гостиничного предприятия

54. Специфика открытия гостиниц на основе франчайзинга

55. Особенности функционирования средств размещения развивающихся на основе франшизы

56. Развитие гостиничных сетей в России

57. Сравнительный анализ конкурентоспособности малых и крупных гостиничных предприятий (на примере..)

58. Нормативно-правовое обеспечение классификации средств размещения в РФ.

59. Специфические особенности гостиничных услуг и их влияние на деятельность гостиничного предприятия

60. Критерии качества гостиничных услуг конкретного предприятия

61. Формирование гостиничного продукта с учетом сегмента потребителей
62. Специфика функционирования деловых отелей на рынке гостиничных услуг города
63. Зависимость работы гостиничного предприятия от ее территориального расположения
64. Анализ рынка гостиничных услуг своего региона
65. Роль стандартов при обслуживании клиентов гостиничного предприятия
66. Анализ функциональной структуры конкретного гостиничного предприятия
67. Влияние потребителя на формирование гостиничного продукта
68. Взаимозависимость гостиничных услуг от сегмента потребителей
69. Зависимость ассортимента дополнительных услуг от функционального назначения гостиничного предприятия
70. Особенности функционирования придорожных гостиниц
71. Анализ системы жизнеобеспечения автономной гостиницы
72. Предметно-пространственная среда гостиничного предприятия в зависимости от его функционального назначения
73. Организация деятельности курортного учреждения
74. Анализ системы жизнеобеспечения сетевой гостиницы
75. Нормативно-правовое обеспечение деятельности гостиничного предприятия
76. Современное инженерно-техническое оборудование как фактор эффективного функционирования гостиничного предприятия
77. Особенности развития отечественных гостиничных сетей
78. Взаимозависимость деятельности гостиничного предприятия и туристических компаний
79. Факторы комфортного проживания в гостиничном комплексе
80. Модели управления гостиничными предприятиями

Примерная тематика курсовых работ «Технология и организация услуг питания»

1. История ресторанного дела в Казани.
 2. Основные принципы работы и перспективы развития ресторанных сетей.
 3. Рекламная деятельность предприятий общественного питания.
 4. Особенности обслуживания иностранных туристов в предприятиях общественного питания (5 стран по выбору студента).
 5. Объективные условия и важнейшие факторы, определяющие развитие услуг питания в российском обществе.
 6. Современное состояние рынка услуг питания в России.
 7. Перспективы развития рынка услуг питания в Татарстане.
 8. Бар. Специфика организации и обслуживания в баре.
 9. Кофейня. Специфика организации и обслуживания.
 10. Чайная – традиции и перспективы развития данного вида ПОП.
 11. Пиццерия. Специфика организации и обслуживания.
 12. Пивные заведения. Специфика организации и обслуживания.
 13. Ресторан. Специфика организации и обслуживания.
 14. Полносервисный ресторан как перспективное ПОП.
 15. Особенности организации ресторанов «фаст-фуд».
 16. Концепция предприятия общественного питания как основа для организации.
 17. Эстетическая культура ресторанного сервиса.
 18. Франчайзинг в ресторанном бизнесе.
 19. Гастрономический туризм как перспективное направление сервисной деятельности.
 20. Маркетинговые мероприятия при организации ПОП.
 21. Рекламная деятельность в сфере организации услуг питания.
- Основные виды рекламных мероприятий.
22. PR мероприятия в сфере услуг питания.
 23. Основные виды ресторанного обслуживания.
 24. Инновационные формы предоставления сервисных услуг в ресторане.
 25. Кейтеринг как перспективная форма организации услуг питания.
 26. Особенности организации официальных приемов.
 27. Принципы инжиниринга меню.
 28. Профессиональные и корпоративные кодексы в сфере оказания услуг питания.
 29. Особенности оказания услуг питания иностранным туристам.
 30. Особенности кадровой политики в ПОП.
 31. Особенности подбора персонала для предприятий общественного питания
 32. Профессиональная культура работников предприятий общественного питания.

33. Роль интерьера в создании атмосферы предприятия общественного питания.
34. Качество услуг ПОП.
35. Сфера общественного питания в РТ: структура, особенности.
36. Культура обслуживания как фактор устойчивого развития ресторанного бизнеса.
37. Особенности фирменного стиля предприятий общественного питания.
38. Особенности организация услуг питания в гостиничных предприятиях, ориентированных на спортсменов.
39. Современное состояние и перспективы развития ресторанного бизнеса в РТ.
40. Управление качеством услуг на предприятиях общественного питания.
41. Перспективы развития ресторанного бизнеса в г. Казань.
42. Корпоративная культура ПОП.
43. Анимационная деятельность предприятий общественного питания.
44. Анимационная деятельность на предприятиях общественного питания для детей
45. Стандарты обслуживания на предприятиях общественного питания.
46. Стиль обслуживания гостей как важнейшая характеристика культуры сервиса в ресторанном бизнесе.
47. Современные технологии и инновации в деятельности предприятий общественного питания.
48. Психологическая культура ресторанного обслуживания.
49. Эстетическая культура предприятий сферы услуг питания.
50. Этическая культура предприятий общественного питания.
51. Организация доступной среды для лиц с ограниченными возможностями здоровья на предприятиях общественного питания
52. Организация услуг общественного питания для людей с ограниченными возможностями здоровья