Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ**

**РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**(Финансовый университет)**

**Кафедра «Международный туризм, гостиничный бизнес и социальный менеджмент»**

**Р.Ю. Стыцюк**

**Тематика ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ**

для направления 43.03.02 «Туризм», профиль «Международный туризм»

(программа подготовки бакалавров)

*Одобрено кафедрой «Международный туризм, гостиничный бизнес и социальный менеджмент»,*

*протокол № 7 от 20 февраля 2017 г.*

**Москва 2017**

**ПЕРЕЧЕНЬ**

**рекомендуемых тем выпускных квалификационных (бакалаврских) работ для студентов очной формы обучения, обучающихся по направлению 43.03.02 «Туризм», профиль «Международный туризм»**

* 1. Организация международной туристской деятельности в условиях нестабильности (на примере конкретной организации).
	2. Организация выставочной деятельности на туристском рынке (на примере конкретной организации).
	3. Организация и планирование деятельности службы разработки турпродукта (на примере конкретной организации).
	4. Организация и проведение исследований туристских потребностей в условиях кризиса (на примере конкретной организации).
	5. Организация продаж туруслуг в системе электронной коммерции.
	6. Организация международной сбытовой деятельности турфирмы (на примере конкретной организации).
	7. Организация продвижения видов туризма на новые рынки в условиях нестабильности.
	8. Организация сервисного обслуживания потребителей в сфере туризма (на примере конкретной организации).
	9. Организационный механизм развития спортивного туризма курортного региона (на примере конкретной организации).
	10. Организация развития международного лечебно-оздоровительного туризма (на примере конкретной организации).
	11. Автоматизации бизнес-процессов туристской деятельности на основе программного обеспечения (на примере конкретной турфирмы или гостиницы).
	12. Влияние имиджа туристской организации на управление продажами турпродукта (на примере конкретной организации).
	13. Внедрение интернет-технологий в туристскую деятельность организации (на примере конкретной организации).
	14. Оценка факторов, влияющих на поведение потребителей туруслуг в условиях турбулентности (на примере конкретной организации).
	15. Оценка экономической целесообразности инновационного туристского бизнес-проекта (на примере конкретной организации).
	16. Оценка эффективности затрат на маркетинг туристской организации (на примере конкретной организации).
	17. Повышение лояльности клиентов в рамках сбытовой политики турфирмы на рынке В2С.
	18. Применение CRM-стратегии для управления продажами турпродукта (на примере конкретной организации).
	19. Продвижение различных видов туризма в мегаполисах России.
	20. Развитие специальных видов туризма в регионе (на примере конкретной территории)
	21. Развитие «продакт-плейсмент» в туризме как современного инструмента маркетинговой коммуникации (на примере конкретного турпродукта, организации).
	22. Развитие активных видов туризма с использованием уникальных природных ресурсов территории (на примере конкретного турпродукта, организации).
	23. Разработка PR-кампании как направление обеспечения устойчивости работы турфирмы на рынке (на примере конкретной организации).
	24. Разработка ассортиментной политики турфирмы (на примере конкретной организации).
	25. Разработка каналов распределения и методов стимулирования сбыта туристских услуг (на примере конкретной организации)
	26. Разработка коммуникационной политики турфирмы в социальных сетях (на примере конкретной организации).
	27. Разработка стратегии деятельности международной туристской компании (на примере конкретной организации).
	28. Разработка стратегии продвижения логистических услуг в сфере туризма (на примере конкретной организации).
	29. Разработка стратегий ценообразования на туристские услуги (на примере конкретной организации).
	30. Разработка нового турпродукта (на примере конкретного товара или услуги).
	31. Разработка программы оценки качества туристских услуг (на примере конкретной организации).
	32. Разработка программы стимулирования системы сбыта (на примере конкретной организации).
	33. Разработка системы digital-коммуникаций в событийном туризме.
	34. Разработка системы лояльности потребителей турфирмы (на примере конкретной организации).
	35. Разработка системы мультиканальных продаж (на примере конкретной организации).
	36. Разработка событийного туризма как средства продвижения территории (на примере конкретной организации).
	37. Разработка направлений повышения конкурентоспособности турфирмы (на примере конкретной организации).
	38. Разработка стратегии продвижения турпродукта на рынок (на примере конкретной организации).
	39. Разработка стратегии сегментирования туристского рынка (на примере конкретной организации).
	40. Разработка мероприятий по повышению качества услуг гостиниц (на примере конкретной организации).
	41. Реализация проектов социального туризма (на примере конкретной организации).
	42. Регулирование развития сферы туризма региона (на примере конкретной территории).
	43. Совершенствование маркетинговой деятельности туристской территории (на примере конкретной организации).
	44. Управление инновационным развитием организации (на примере конкретной организации).
	45. Управление информационными технологиями в деятельности организации (на примере конкретной организации).
	46. Управление качеством туристских услуг как направление устойчивого развития организации (на примере конкретной организации).
	47. Управление личными продажами в туризме (на примере конкретной организации).
	48. Управление маркетинговой деятельностью организации
	49. Управление продажами туристских услуг (на примере конкретной организации, товаров или услуг).
	50. Управление рекламной деятельностью турфирмы (на примере конкретной организации).
	51. Управления PR-деятельностью турфирмы (на примере конкретной организации).
	52. Формирование имиджа территории как туристской дестинации (на примере конкретной территории).
	53. Формирование конкурентной стратегии организации в условиях нестабильности (на примере конкретной организации).
	54. Формирование франчайзинговых систем на туристском рынке.