

**Профессиональная образовательная
автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)**

УТВЕРЖДАЮ

Директор ПО АНО «МИБиУ» (колледж)

д.с.н., проф. Е.В.Добренкова

«40» декабрь 2025г.



**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

43.02.16 Туризм и гостеприимство

(код и наименование специальности)

(базовая подготовка)

(уровень подготовки)

2025 г.

СОСТАВЛЕНО в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 12 декабря 2022г. № 1100

РАССМОТРЕНО на заседании Педагогического совета «Международный институт бизнеса и управления» (колледж) с участием председателя государственной экзаменационной комиссии

СОГЛАСОВАНО с представителем работодателя

Акционерное общество "Фортуна",
отель "Космос. Москва. Павелецкая"
(наименование организации, предприятия)

Белова Е.Ю., Управляющий
(Ф.И.О, должность)

СОДЕРЖАНИЕ

1.Нормативное обеспечение ГИА	4
2.Форма ГИА.....	5
3.Объем времени	6
4.Сроки проведения ГИА	6
5. Требования к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы	6
6. Содержание государственной итоговой аттестации	9
7. Требования к Дипломной работе (проекту)	10
8. Условия подготовки обучающихся к ГИА	11
9. Процедура проведения ГИА	
10. Общие требования к организации и проведению ГИА	
Приложение 1	14
Приложение 2.....	16
Приложение 3.....	17
Приложение 4.....	18
Приложение 5.....	19
Приложение 6.....	20

Государственная итоговая аттестация, (далее ГИА) проводится государственной экзаменационной комиссией, (далее ГЭК) в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы по специальности требованиям ФГОС СПО 43.02.16 Туризм и гостеприимство базового уровня подготовки, в т. ч. уровень сформированности общих и профессиональных компетенций.

С целью комплексной оценки соответствия результатов освоения образовательной программы СПО требованиям ФГОС СПО по специальности в рамках ГИА проводится демонстрационный экзамен, (далее ДЭ) по компетенции «Специалист по туризму и гостеприимству».

1. Нормативное обеспечение ГИА

- Федерального Закона Российской Федерации «Об образовании» № 273 - ФЗ от 29.12.2012г.,
- Приказов Минпросвещения РФ от 08.11.2021 № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»,
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 05.05.2022 № 311 "О внесении изменений в приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 8 ноября 2021 г. № 800 "Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования" (Зарегистрирован 27.05.2022 № 68606)
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 19.01.2023 № 37 "О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденный приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 8 ноября 2021 г. № 800" (Зарегистрирован 03.04.2023 № 72843)
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 24.04.2024 № 272 "О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденный приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 8 ноября 2021 г. № 800" (Зарегистрирован 29.05.2024 № 78333)
- Приказа Министерства просвещения РФ от 24 августа 2022 г. N 762 «Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»,
- Приказа Минпросвещения России от 12.12.2022г. № 1100 «Об утверждении ФГОС СПО по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство»,
- Программа государственной итоговой аттестации является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство и определяет совокупность требований к ГИА, в том числе к содержанию, организации работы, оценочным средствам и технологиям ГИА выпускников по данной специальности.

2. Форма ГИА

ГИА для выпускников, осваивающих программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство базовой подготовки включает в себя подготовку и защиту дипломной работы, (далее ДР), а также сдачу демонстрационного экзамена по компетенции «Специалист по туризму и гостеприимству».

В соответствии с требованием ФГОС СПО тематика дипломной работы соответствует профессиональным модулям (Приложение 1):

ПМ.01 Организация и контроль текущей деятельности служб предприятий туризма и

гостеприимства.

ПМ.02 Предоставление тур операторских и тур агентских услуг.

ПМ.03 Предоставление гостиничных услуг.

ПМ.04 Освоение профессии рабочего, должности служащего, соответствующих профессиональной деятельности «Организатор экскурсий».

3. Объем времени

3.1. Объем времени, отводимый на государственную итоговую аттестацию – 216 часов.

в том числе:

- подготовка и защита дипломной работы – 144 часа,
- проведение демонстрационного экзамена – 72 часа.

4. Сроки проведения ГИА

4.1. В соответствии с учебным планом Государственная итоговая аттестация включает:

- подготовка и прохождение итоговой государственной аттестации – 18.05-28.06.2026 г,

ДЭ проводится на площадках (Центрах проведения демонстрационного экзамена, (далее ЦПДЭ), оборудованных и оснащенных в соответствии с комплектом оценочной документации для проведения ДЭ.

4.2. Дополнительные сроки проведения ГИА для лиц, не прошедших государственную итоговую аттестацию:

- по уважительной причине - не позднее четырех месяцев после подачи заявления лицом, не проходившим государственной итоговой аттестации;
- получивших на ГИА неудовлетворительную оценку - не ранее не ранее чем через шесть месяцев после прохождения ГИА впервые;

4.3. Повторное прохождение ГИА не может быть назначено образовательной организацией для одного лица более двух раз.

5. Требования к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты

антикоррупционного поведения;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Специалист по туризму и гостеприимству (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности:

ПМ.01 Организация и контроль текущей деятельности служб предприятий туризма и гостеприимства.

ПК.1.1 Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.

ПК.1.2 Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.

ПК.1.3 Координировать и контролировать деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.

ПК.1.4 Осуществлять расчеты с потребителями за предоставление услуги.

ПМ.02 Предоставление тур операторских и тур агентских услуг (по выбору).

ПК.2.1 Оформлять и обрабатывать заказы клиентов.

ПК.2.2 Координировать работу по реализации заказа.

ПМ.03 Предоставление гостиничных услуг (по выбору).

ПК.3.1 Организовывать и осуществлять прием и размещение гостей.

ПК.3.2 Организовывать и осуществлять эксплуатацию номерного фонда гостиничного предприятия.

ПК.3.3 Организовывать и осуществлять бронирование и продажу гостиничных услуг.

ПК.3.4 Выполнять санитарно-эпидемиологические требования к предоставлению гостиничных услуг.

ПК.3.5 Выявлять потребности и формировать спрос на продукцию и услуги общественного питания.

ПМ.04 Освоение профессии рабочего, должности служащего, соответствующих профессиональной деятельности «Организатор экскурсий».

ПК.4.1 Формировать группы туристов, выполнять регистрацию группы в аварийно-спасательных службах.

ПК.4.2. Сопровождать туристов при прохождении маршрута (по видам туризма).

6. Содержание государственной итоговой аттестации.

Демонстрационный экзамен направлен на определение уровня освоения выпускником материала, предусмотренного образовательной программой, и степени сформированности профессиональных умений и навыков путем проведения независимой экспертной оценки выполненных практических заданий в условиях реальных или смоделированных производственных процессов. Демонстрационный экзамен проводится базового уровня.

Дипломная работа - призвана способствовать систематизации и закреплению знаний обучающегося по специальности при решении конкретных задач, а также выяснить уровень подготовки выпускника к самостоятельной работе.

Темы дипломных работ имеют практико-ориентированный характер и соответствуют содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

Перечень тем по дипломным работам: разрабатывается преподавателями междисциплинарных курсов в рамках профессиональных модулей.

Содержание дипломной работы должно соответствовать названию темы дипломной работы считается выполненной в полном объеме в том случае, если в ней нашли отражение все проблемы и вопросы, предусмотренные заданием на выполнение дипломной работы. Общий объем работы составляет в среднем 45-55 страниц.

7. Требования к Дипломной работе (проекту)

7.1. Для специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство базовой подготовки дипломная работа имеет следующую структуру:

- титульный лист
- задание, утвержденное для дипломной работы
- отзыв научного руководителя
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

7.2. Каждый элемент структуры дипломной работы имеет свои характеристики: **Титульный лист** содержит: официальные реквизиты ПОАНО МИБиУ колледж, наименование темы дипломных работ, фамилию, имя и отчество автора работы, указание специальности ППССЗ, ученую степень и ученое звание, фамилию, имя, отчество научного руководителя; графу «допущено к защите»; подпись (место для подписи). Внизу титульного листа: год написания дипломной работы.

Оглавление включает перечисление разделов работы, начиная от введения и заканчивая приложениями, с указанием страницы начала каждого раздела и подраздела. Разделы и подразделы дипломной работы должны быть пронумерованы.

Во введении обязательно раскрываются:

- актуальность выбранной темы (недостаточная степень научной разработанности, коллизия правоприменительной практики, недостаточное правовое регулирование и др.);
- цель исследования (определяет, для чего проводится исследование, что планируется получить в результате: например, комплексный анализ и выявление проблем в практике право применения или пробелов в правовом регулировании);
- задачи исследования (представляют собой способы достижения поставленной цели - раскрываются по наименованию параграфов и начинаются с глаголов действий, например, «проанализировать», «выделить», «выявить», «сравнить» и т.п.);
- объект исследования (общественные отношения, возникающие в области темы исследования);

- предмет исследования (являются нормы права, практика их применения, научные труды по теме исследования, судебная практика, статистика);
- теоретическая основа исследования (кто из ученых занимался (занимается) разработкой данной темы, названия наиболее известных работ по теме) - после каждой фамилии автора сделать сноску на его работу, всего 4-5 фамилий,
- методология исследования (какие методы использовались при изучении исследовании темы),
- нормативная основа исследования (указать нормативные правовые акты, далее НПА) 3-4 конкретных НПА и после каждого названия сделать сноску на его реквизиты;
- эмпирическая основа исследования (материалы судебной практики, статистика);
- структура работы (представляет собой перечисление составных частей ДР). Объем введения, как правило, должен составлять примерно три 2-3 страницы.

Основная часть дипломной работы включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения. Название главы не должно дублировать название темы, а название параграфов - название глав. Основная часть дипломной работы должна содержать, как правило, две главы (4 параграфа);

Первая глава посвящается теоретическим аспектам изучаемого объекта и предмета дипломной работы. В ней содержится обзор используемых источников информации, нормативной базы по теме дипломной работы. В этой главе могут найти место статистические данные, построенные таблицы и графики.

Вторая глава посвящается анализу практического материала, получаемого во время производственной (преддипломной) практики. В этой главе содержится:

- анализ конкретного материала по избранной теме (на примере конкретной организации или субъекта Российской Федерации, или муниципального образования) желательно за период не менее двух лет;
- описание выявленных проблем и тенденций развития объекта предмета изучения на основе анализа конкретного материала по избранной теме;
- описание имеющихся путей решения выбранных проблем.

В ходе анализа могут использоваться аналитические таблицы, расчеты, формулы, схемы диаграммы и графики.

Заключение, которое является завершающей частью исследования, должно кратко, не повторяя содержания основного текста дипломной работы включать основные выводы и предложения, с рациональными вариантами решения рассматриваемой проблемы и их обоснования. Объем Заключения, как правило, должен составлять примерно 2-3 страницы.

7.3 Требования к оформлению дипломной работы

Требования к оформлению текста.

Дипломная работа выполняется на компьютере в одном экземпляре и оформляется только на лицевой стороне белой бумаги.

- размер бумаги стандартного формата А4 (210 x 297 мм);
- поля: левое - 30 мм, верхнее - 20 мм, правое - 10 мм, нижнее - 20 мм;
- ориентация: книжная;
- шрифт: Times New Roman;
- кегель: 14 пт (пунктов) в основном тексте, 12 пт в сносках;
- междустрочный интервал: полуторный в основном тексте, одинарный в подстрочных

ссылках;

- форматирование основного текста и ссылок - в параметре «по ширине»;
- цвет шрифта - черный;
- красная строка - 1,5 см.

Требования к нумерации страниц.

- последовательно, начиная с 3-й страницы (введение), т. е. после титульного листа, задания и оглавления работы, а также перечня сокращений, используемых в работе (если они имеются в работе);
- далее последовательная нумерация всех листов, включая главы, заключение, список используемых источников и приложения (если они имеются в работе);
- нумерация страниц, на которых даются приложения, является сквозной и продолжает общую нумерацию страниц основного текста;
- номер страницы располагается по центру снизу.

Требования к оформлению заголовков.

- набираются полужирным шрифтом (шрифт 14 пт)
- выравнивание - по центру;
- точка в конце заголовка не ставится;
- заголовок, состоящий из двух и более строк, печатается через один междустрочный интервал;
- заголовок не имеет переносов, то есть на конце строки слово должно быть обязательно полным

Требования к оформлению таблиц, схем, рисунков:

- название таблицы помещают над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире;
- в конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставятся;
- при переносе части таблицы название помещают только над первой частью таблицы, нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую таблицу, не проводят;
- при заимствовании таблиц из какого-либо источника, после нее оформляется сноска на источник в соответствии с требованиями к оформлению сносок;
- схема и рисунок подписываются снизу по центру;
- схемы, таблицы, рисунки по тексту работы не размещаются, а выносятся в приложение.

Требования к оформлению ссылок и сносок:

- при цитировании или использовании каких-либо положений из других работ даются ссылки на автора и источник, из которого заимствуется материал;
- если в работе приводится цитата для подтверждения рассматриваемых положений, то в её тексте сохраняются все особенности документа, из которого она взята: орфография, пунктуация, расстановка абзацев, шрифтовые выделения. Цитата внутри текста заключается в кавычки. Все цитаты, а также заимствованные из различных документов аргументы или статистические данные подтверждаются библиографической ссылкой на источник;
- в выпускной работе используются постраничные сноски со сквозной нумерацией по всей работе;
- при повторных ссылках полное описание источника дается только при первой сноске. Если несколько ссылок на один и тот же источник приводится на одной странице работы, то в

сносках подставляют слова «Там же» и номер страницы, на которую делается ссылка;

- если в работе при употреблении отдельных положений необходимо привести библиографические ссылки, то эти положения помечаются надстрочными знаками, сносками.
- Внизу страницы с абзацного отступа приводят сам текст библиографической ссылки, отделенной от основного текста короткой тонкой горизонтальной линией с левой стороны;
- порядок оформления ссылок на приложения по тексту выпускной работы такой же, как и порядок оформления ссылок на источники.
- Образец оформления сноски на НПА (нормативно-правовые акты):

Конституция Российской Федерации от 12.12.1993г. (в ред. от 21.07.2014) // Российская газета № 237 от 25.12.1993г.

К защите дипломной работы допускаются обучающиеся, выполнившие дипломную работу в соответствии с предъявляемыми требованиями к дипломной работе, имеющую положительный отзыв руководителя.

5.4. Электронная презентация дипломной работы должна помогать обучающемуся представить достоинства выполненного проекта, подтвердить освоение общих и профессиональных компетенций. На слайдах должны быть отражены цели и задачи ДР, основные аналитические (расчетные) данные, позволяющие представить информацию об объекте исследования, выводы о целесообразности и перспективах практического применения результатов ДР.

Презентация создается в программе Power Point, выполняется в едином стиле. Цветовая гамма и использование анимации не должны препятствовать адекватному восприятию информации.

8. Условия подготовки обучающихся к ГИА

8.1. *Условие допуска к подготовке ДР (проекта)* – предоставление документов, подтверждающих освоение обучающимися компетенций и прохождение практики по каждому виду профессиональной деятельности:

- наличие оценочных листов экзаменов (квалификационных) по видам профессиональной деятельности;
- наличие документов, подтверждающих результаты завершения этапов учебной и производственной (по профилю специальности) практики (дневник, аттестационный лист, характеристика, ведомости, отчеты);

8.2. *Условия допуска к защите ДР (проекта):*

- наличие ДР (проекта), выполненной в соответствии с индивидуальным заданием, в сроки, установленные графиком,
- наличие отзыва руководителя ДР (проекта),
- наличие производственной характеристики с места прохождения преддипломной практики.

8.3. К участию в ДЭ допускаются студенты, завершающие обучение по имеющим государственную аккредитацию образовательным программам СПО.

8.4 Для участия в ДЭ по компетенции «Специалист по туризму и гостеприимству»:

- не менее чем за 2 месяца до даты проведения ДЭ в Институт развития профессионального образования, (далее ИРПО) направляется заявка для регистрации участников по компетенциям. Факт направления и регистрации заявки подтверждает участие в ДЭ и ознакомление заявителя с Положением о ДЭ, что является согласием на обработку, в том числе с применением автоматизированных средств обработки, персональных данных участников;

- за неделю до начала участники проходят окончательную регистрацию в электронной системе интернет-мониторинга - цифровая платформа ИРПО;

- за день до проведения ДЭ участники встречаются на площадке, выбранной ИРПО, для прохождения инструктажа по охране труда и технике безопасности, а также знакомства с инструментами, оборудованием, материалами и т.д.

Требования к минимальному материально-техническому обеспечению при сдаче демонстрационного экзамена: демонстрационный экзамен проводится с использованием комплектов оценочных материалов, включенных в Программу ГИА. Задания демонстрационного экзамена доводятся до главного эксперта в день, предшествующий дню начала демонстрационного экзамена. Для выполнения заданий демонстрационного экзамена колледж предоставляет необходимые технические условия и оборудованный центр проведения экзамена (площадка для проведения демонстрационного экзамена, оборудованная в соответствии с комплектом оценочной документации). Количество, общая площадь и состояние помещений, предоставляемых для проведения демонстрационного экзамена, должны обеспечивать проведение демонстрационного экзамена в соответствии с комплектом оценочной документации. В день проведения демонстрационного экзамена в центре проведения экзамена присутствуют:

- руководитель организации,
- один и более членов Государственной экзаменационной комиссии, (далее ГЭК),
- члены экспертной группы,
- главный эксперт,
- волонтеры,
- выпускники,
- технический эксперт.

Допуск выпускников в центр проведения экзамена осуществляется главным экспертом на основании документа, удостоверяющего личность (паспорт).

9. Процедура проведения ГИА

9.1. Защита ДР (проекта) проводятся на открытых заседаниях ГЭК с участием не менее двух третей ее состава.

Защита ДР (проект) проводится в специально подготовленном помещении.

Результаты ГИА определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» в соответствии с установленными критериями, объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протокола заседания ГЭК.

Заседания ГЭК протоколируются. В протоколе записываются: итоговая оценка ДР (проект), присуждение квалификации и особые мнения членов комиссии. Протоколы подписываются председателем, заместителем председателя, членами ГЭК, ответственным секретарем.

10. Общие требования к организации и проведению ГИА

10.1 Государственная итоговая аттестация проводится государственной экзаменационной комиссией (ГЭК).

Государственная экзаменационная комиссия формируется из педагогических работников колледжа, имеющих высшую или первую квалификационную категорию и лиц, приглашенных из сторонних организаций: педагогических работников, высшую или первую квалификационную категорию, представителей работодателей или их объединений по профилю подготовки выпускников.

Государственную экзаменационную комиссию возглавляет председатель, который организует

и контролирует деятельность государственной экзаменационной комиссии, обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам.

Председателем государственной экзаменационной комиссии образовательной организации утверждается лицо, не работающее в образовательной организации, из числа:

- руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность по профилю подготовки выпускников, имеющих ученую степень и (или) ученое звание;
- руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность по профилю подготовки выпускников, имеющих высшую квалификационную категорию;
- ведущих специалистов - представителей работодателей или их объединений по профилю подготовки выпускников.

Руководитель образовательной организации является заместителем председателя государственной экзаменационной комиссии. В случае создания в колледже нескольких государственных экзаменационных комиссий назначается несколько заместителей председателя государственной экзаменационной комиссии из числа заместителей руководителя образовательной организации или педагогических работников, имеющих высшую квалификационную категорию.

Государственная экзаменационная комиссия действует в течение одного календарного года.

Также в образовательной организации для проведения демонстрационного экзамена по каждой специальности и профессии СПО, создается экспертная группа.

Экспертную группу возглавляет главный эксперт, назначенный из числа экспертов Агентства и включенных в состав ГЭК. Главный эксперт организует и контролирует деятельность экспертной группы, обеспечивает соблюдение всех требований к проведению демонстрационного экзамена и не участвует в оценивании результатов ГИА.

Демонстрационный экзамен проводится с использованием единых оценочных материалов, включающих в себя комплекты оценочной документации, варианты заданий и критерии оценивания, разработанные Агентством, осуществляющим организационно-техническое и информационное обеспечение прохождения ГИА в форме демонстрационного экзамена, по профессии, специальности СПО.

Задание демонстрационного экзамена включает комплексную практическую задачу, моделирующую профессиональную деятельность и выполняемую в режиме реального времени. Выпускники проходят демонстрационный экзамен в центре проведения экзамена в составе экзаменационной группы. Место расположения центра проведения демонстрационного экзамена, дата и время начала проведения, расписание сдачи экзаменов в составе экзаменационных групп, продолжительность проведения демонстрационного экзамена, технические перерывы определяются планом проведения демонстрационного экзамена, утвержденным ГЭК совместно с образовательной организацией.

Защита дипломной работы (продолжительность защиты до 25 минут на одного студента) включает доклад обучающегося (не более 10 минут) с демонстрацией презентации, чтения отзыва руководителя и рецензии, вопросы членов комиссии, ответы обучающегося. Может быть предусмотрено выступление руководителя выпускной работы.

Результаты защиты дипломной работы обсуждаются на закрытом заседании ГЭК и оцениваются простым большинством голосов членов ГЭК, участвующих в заседании. При равном числе голосов мнение председателя является решающим. Заседания ГЭК протоколируются. В протоколе записываются: итоговая оценка дипломной работы, присуждение квалификации и

особые мнения членов комиссии. Протоколы заседаний ГЭК по защите дипломных работ подписываются председателем, заместителем председателя, ответственным секретарем и членами ГЭК.

Результаты защиты дипломной работы определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протокола заседания ГЭК.

Обучающемуся, не выполнившему дипломную работу или получившему оценку «неудовлетворительно» при её защите, выдается справка об обучении или периоде обучения по образцу, самостоятельно установленному колледжем (часть 12 ст. 60 Федерального закона от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»),

Обучающийся, не прошедший государственной итоговой аттестации или получивший при защите дипломной работы оценку «неудовлетворительно», имеет право на повторную защиту в порядке, определяемом колледжем, но не ранее чем через один год и не более, чем через пять лет после прохождения итоговой государственной аттестации впервые. Порядок повторной защиты дипломной работы определяется колледжем самостоятельно. Если повторная защита прошла успешно, то справка обменивается на диплом в соответствии с решением ГЭК.

10.2 В основе оценки дипломной работы лежит пятибалльная система.

Критерии оценок:

«Отлично» работа носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, глубокий анализ проблемы, критический разбор деятельности предприятия (организации), характеризуется логичным, последовательным изложением материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями;

имеет положительные отзывы руководителя и рецензента;

при защите работы обучающийся показывает глубокие знания вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, вносит обоснованные предложения по улучшению положения предприятия (организации), эффективному использованию ресурсов, а во время презентации использует наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т. п.), легко отвечает на поставленные вопросы.

«Хорошо» работа носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, достаточно подробный анализ проблемы и критический разбор деятельности предприятия (организации), характеризуется последовательным изложением материала с соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованными предложениями; имеет положительный отзыв руководителя и рецензента; при защите обучающийся показывает знания вопросов темы, оперирует данными исследования, вносит предложения по улучшению деятельности предприятия (организации), эффективному использованию ресурсов, во время презентации использует наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т. п.), без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы. «Удовлетворительно» работа носит исследовательский характер, содержит теоретическую главу, базируется на практическом материале, но отличается поверхностным анализом и недостаточно критическим разбором деятельности предприятия (организации), в ней просматривается непоследовательность изложения материала, представлены необоснованные предложения; в отзывах руководителя и рецензента имеются замечания по содержанию работы и методике анализа; при защите обучающийся проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов темы, не дает полного, аргументированного ответа на заданные вопросы.

«Неудовлетворительно» работа не носит исследовательского характера, не содержит анализа и практического разбора деятельности предприятия (организации), не отвечает требованиям,

изложенным в методических указаниях; не имеет выводов либо они носят декларативный характер; в отзывах руководителя и рецензента имеются существенные критические замечания; при защите обучающийся затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки, к защите не подготовлены наглядные пособия или раздаточный материал.

При подготовке к ГИА обучающимся оказываются консультации руководителями от образовательного учреждения, назначенными приказом директора. Во время подготовки обучающимся может быть предоставлен доступ в Интернет.

10.3. Порядок проведения ГИА для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья

Порядок проведения ГИА для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья государственная итоговая аттестация проводится с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников.

При проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение государственной итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с выпускниками, не имеющими ограничений возможностей здоровья, если это не создает трудностей для выпускников при прохождении государственной итоговой аттестации;
- присутствие в аудитории ассистента, оказывающего выпускникам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с членами государственной экзаменационной комиссии);
- пользование необходимыми выпускникам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа выпускников в аудитории, туалетные и другие помещения.

Выпускники или родители (законные представители) несовершеннолетних выпускников не позднее чем за 3 месяца до начала государственной итоговой аттестации подают письменное заявление о необходимости создания для них специальных условий при проведении государственной итоговой аттестации.

10.4 Порядок подачи и рассмотрения апелляций

По результатам государственной аттестации выпускник, участвовавший в государственной итоговой аттестации, имеет право подать в апелляционную комиссию письменное апелляционное заявление о нарушении, по его мнению, установленного порядка проведения государственной итоговой аттестации и (или) несогласии с ее результатами (далее - апелляция). Апелляция подается лично выпускником или родителями (законными представителями) несовершеннолетнего выпускника в апелляционную комиссию образовательной организации. Апелляция о нарушении порядка проведения государственной итоговой аттестации подается непосредственно в день проведения государственной итоговой аттестации.

Апелляция о несогласии с результатами государственной итоговой аттестации подается не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов государственной итоговой аттестации.

Апелляция рассматривается апелляционной комиссией не позднее трех рабочих дней с момента ее поступления.

Состав апелляционной комиссии утверждается образовательной организацией одновременно с утверждением состава государственной экзаменационной комиссии.

Апелляционная комиссия формируется в количестве не менее пяти человек из числа преподавателей колледжа, имеющих высшую или первую квалификационную категорию, не входящих в данном учебном году в состав государственных экзаменационных комиссий. Председателем апелляционной комиссии является руководитель образовательной организации либо лицо, исполняющее обязанности руководителя на основании распорядительного акта образовательной организации.

Апелляция рассматривается на заседании апелляционной комиссии с участием не менее двух третей ее состава.

На заседание апелляционной комиссии приглашается председатель соответствующей государственной экзаменационной комиссии.

Выпускник, подавший апелляцию, имеет право присутствовать при рассмотрении апелляции.

С несовершеннолетним выпускником имеет право присутствовать один из родителей (законных представителей).

Указанные лица должны иметь при себе документы, удостоверяющие личность.

Рассмотрение апелляции не является передачей государственной итоговой аттестации.

При рассмотрении апелляции о нарушении порядка проведения государственной итоговой аттестации апелляционная комиссия устанавливает достоверность изложенных в ней сведений и выносит одно из решений: об отклонении апелляции, если изложенные в ней сведения о нарушениях порядка проведения государственной итоговой аттестации выпускника не подтвердились и/или не повлияли на результат государственной итоговой аттестации; об удовлетворении апелляции, если изложенные в ней сведения о допущенных нарушениях порядка проведения государственной итоговой аттестации выпускника подтвердились и повлияли на результат государственной итоговой аттестации.

В последнем случае результат проведения государственной итоговой аттестации подлежит аннулированию, в связи с чем протокол о рассмотрении апелляции не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию для реализации решения комиссии. Выпускнику предоставляется возможность пройти государственную итоговую аттестацию в дополнительные сроки, установленные образовательной организацией. Для рассмотрения апелляции о несогласии с результатами государственной итоговой аттестации, полученными при защите выпускной квалификационной работы, секретарь государственной экзаменационной комиссии не позднее следующего рабочего дня с момента поступления апелляции направляет в апелляционную комиссию выпускную квалификационную работу, протокол заседания государственной экзаменационной комиссии и заключение председателя государственной экзаменационной комиссии о соблюдении процедурных вопросов при защите подавшего апелляцию выпускника.

Для рассмотрения апелляции о несогласии с результатами государственной итоговой аттестации, полученными при сдаче государственного экзамена, секретарь государственной экзаменационной комиссии не позднее следующего рабочего дня с момента поступления апелляции направляет в апелляционную комиссию протокол заседания государственной экзаменационной комиссии, письменные ответы выпускника (при их наличии) и заключение председателя государственной экзаменационной комиссии о соблюдении процедурных вопросов при проведении государственного экзамена.

В результате рассмотрения апелляции о несогласии с результатами государственной итоговой аттестации апелляционная комиссия принимает решение об отклонении апелляции и сохранении результата государственной итоговой аттестации либо об удовлетворении апелляции и выставлении иного результата государственной итоговой аттестации. Решение апелляционной комиссии не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию. Решение апелляционной комиссии является основанием для аннулирования ранее выставленных результатов государственной итоговой аттестации выпускника и выставления новых.

Решение апелляционной комиссии принимается простым большинством голосов. При равном числе голосов голос председательствующего на заседании апелляционной комиссии является решающим.

Решение апелляционной комиссии доводится до сведения подавшего апелляцию выпускника (под роспись) в течение трех рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии.

Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит.

Решение апелляционной комиссии оформляется протоколом, который подписывается председателем и секретарем апелляционной комиссии и хранится в архиве образовательной организации.

10.5 Кадровое обеспечение ГИА

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих руководство выполнением выпускных квалификационных работ: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю специальности.

Требование к квалификации руководителей ГИА от организации (предприятия): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю специальности.

Темы дипломных работ
43.02.16 Туризм и гостеприимство

1. Анализ влияния экологических факторов на развитие туризма в регионе.
2. Роль и значение культурного наследия в развитии туризма.
3. Исследование влияния социальных медиа на продвижение туристических услуг.
4. Оценка эффективности маркетинговых стратегий в гостиничном бизнесе.
5. Влияние пандемии COVID-19 на индустрию туризма и гостеприимства: вызовы и перспективы восстановления.
6. Разработка стратегии устойчивого развития туристической дестинации.
7. Анализ факторов, влияющих на выбор туристами места отдыха.
8. Влияние глобализации на развитие международного туризма.
9. Исследование потребительского поведения туристов в условиях пандемии.
10. Роль малых и средних предприятий в развитии туризма на региональном уровне.
11. Анализ влияния экономических кризисов на туристическую индустрию.
12. Разработка программы лояльности для гостиничных предприятий.
13. Влияние цифровых технологий на развитие туристической индустрии.
14. Исследование туристического потенциала малоизученных регионов.
15. Оценка влияния туристических потоков на социально-экономическое развитие региона.
16. Анализ туристического имиджа страны/региона и пути его улучшения.
17. Влияние сезонности на туристическую индустрию и способы её нивелирования.
18. Разработка туристического маршрута с учётом интересов различных целевых групп.
19. Исследование влияния экологических инициатив на восприятие туристов.
20. Анализ влияния туристических событий на экономику региона.
21. Автоматизация бизнес-процессов сервисной организации
22. Возможности адаптации и применения успешных мировых практик в сфере международного сервиса на территории Свердловской области
23. Выявление потребительских предпочтений с целью совершенствования маркетинговой деятельности сервисного предприятия
24. Государственные меры поддержки предприятий сервиса
25. Индивидуальный брендинг как средство продвижения в профессиональной сфере
26. Интуиция как фактор принятия организационных решений в сервисной деятельности
27. Использование инновационных технологий на предприятиях сервиса с целью повышения качества обслуживания клиентов
28. Копинг-стратегии поведения сотрудников сервисного предприятия в условиях стресса
29. Личностные особенности и синдром эмоционального выгорания у сотрудников предприятия сервиса
30. Меры поддержки субъектов мiсе-индустрии в субъектах Российской Федерации
31. Организация промо-мероприятия для продвижения торговой марки на рынке
32. Особенности запуска и развития инновационных компаний и стартапов в сервисной деятельности

33. Особенности стрессоустойчивости и уровень сформированности коммуникативной сферы личности у сотрудников предприятия (организации) сервиса
34. Оценка и прогнозирование деловой среды на предприятиях сервиса
35. Повышение качества предоставляемых услуг в сервисной организации
36. Повышение конкурентоспособности услуг сервисной организации
37. Повышение лояльности клиентов
38. Практика использования информационных технологий сервисной организации
39. Приоритетные направления развития ивент-индустрии в регионе
40. Профессиографирование деятельности сотрудников сервисного предприятия
41. Пути повышения конкурентоспособности предприятия сервиса
42. Пути совершенствования обслуживания клиентов на предприятиях сервиса
43. Развитие внутренней клиентоориентированности сервисной организации
44. Развитие молодёжного предпринимательства в сфере сервиса
45. Развитие современной сервисной инфраструктуры в регионе
46. Развитие современных форм экспресс-обслуживания потребителей на предприятии
47. Разработка рекламной стратегии предприятия сервиса
48. Рациональные и иррациональные аспекты поведения потребителя в индустрии сервиса
49. Роль корпоративной культуры в деятельности предприятия сервиса
50. Роль традиций в принятии управленческих решений в индустрии сервиса
51. Сетевые формы предпринимательства в сервисной деятельности
52. Системы обеспечения безопасности в сфере сервиса и их эффективность
53. Совершенствование PR-деятельности сервисной организации
54. Совершенствование деятельности конгрессно-выставочного предприятия
55. Совершенствование деятельности службы приема и размещения
56. Совершенствование коммуникационной деятельности предприятия сервиса
57. Совершенствование маркетинговой деятельности сервисной организации
58. Совершенствование обслуживания потребителей как фактор повышения конкурентоспособности предприятия сервиса
59. Совершенствование организации и технологии обслуживания клиентов
60. Совершенствование организационной культуры в сервисной организации
61. Совершенствование планирования деятельности сервисной организации
62. Совершенствование рынка страховых услуг в сфере сервиса
63. Совершенствование сервисной деятельности на предприятии мiсе-индустрии
64. Совершенствование системы мотивации персонала сервисного предприятия
65. Совершенствование управления качеством обслуживания на предприятии сервиса
66. Совершенствование управления персоналом сервисной организации
67. Совершенствование услуг в сервисной организации
68. Современные тенденции развития сервисной деятельности в индустрии гостеприимства
69. Современные тенденции развития сервисной деятельности в туризме
70. Современные формы малого предпринимательства в сервисной деятельности
71. Современные формы продвижения в сервисе
72. Социально-психологические аспекты мотивации профессиональной деятельности сотрудников сервисной организации
73. Социально-психологические аспекты управления в индустрии сервиса

74. Технологии управления проектами в сервисной деятельности
75. Технология организации и проведения крупного событийного мероприятия
76. Управление клиентским опытом в сервисной организации
77. Управление клиентской базой сервисной организации
78. Управление спросом на предприятиях сервиса
79. Формирование имиджа сервисной организации
80. Формирование индивидуального бренда сервисной организации
81. Формирование корпоративной культуры персонала сервисной организации
82. Формирование системы мотивации потребительского спроса в сервисе
83. Франчайзинг как стратегия развития компании в индустрии сервиса
84. Этические проблемы в сфере сервиса и пути их решения
85. Эффективные формы управления современными предприятиями в сервисной деятельности
86. Автоматизация бизнес-процессов туристского предприятия
87. Анализ направлений участия российских туристских компаний в глобальных процессах формирования мирового рынка туруслуг
88. Анализ природного наследия города с целью разработки тематических экскурсии
89. Анализ рекреационного потенциала туристского района
90. Анализ состояния и тенденции развития рынка туристских услуг на региональном уровне
91. Анализ тенденций развития концепций маркетинга в сфере социально-культурного сервиса и туризма в условиях российского рынка
92. Анализ туристского потенциала Свердловской области
93. Взаимодействие предприятий туризма для продвижения территорий
94. Возможности адаптации и применения успешных мировых практик в сфере туризма на территории Свердловской области
95. Выставки-продажи как эффективный метод сбыта туристских услуг
96. Диверсификация туристической деятельности в условиях макроэкономической нестабильности
97. Индивидуальный брендинг как средство продвижения в профессиональной сфере
98. Интуиция как фактор принятия организационных решений в туризме
99. Исследование потенциала музеев как ресурса развития культурно-познавательного туризма в регионе
100. Исследование этнокультурных традиций как точки туристского интереса
101. Ключевые факторы успеха на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма
102. Комплексный экономический анализ деятельности туристской организации
103. Конфессиональный туризм как перспективный сегмент мирового туристского рынка
104. Корпоративная культура как условие повышения конкурентоспособности туристской организации
105. Меры поддержки субъектов туристской индустрии в субъектах Российской Федерации
106. Мониторинг и оптимизация финансово-экономических процессов на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма

107. Направления повышения качества автобусных туров
108. Направления повышения качества круизов
109. Направления совершенствования деятельности по формированию туров в туристском предприятии
110. Направления совершенствования процесса обслуживания в туристском предприятии
111. Обеспечение безопасности туристов на экскурсионных маршрутах
112. Обеспечение конкурентоспособности туристских услуг на основе их дифференциации
113. Особенности влияния социального имиджа страны на развитие индустрии туризма
114. Особенности запуска и развития инновационных компаний и стартапов в туристской деятельности
115. Перспективы развития гастрономического туризма в Свердловской области
116. Перспективы развития сельского туризма в Свердловской области
117. Повышение инвестиционной привлекательности туристской дестинации
118. Повышение эффективности туристского предприятия путем совершенствования коммуникации персонала
119. Предпосылки развития туристской инфраструктуры на удаленных территориях региона
120. Приоритетные направления развития туризма в регионе
121. Проблемы выбора программных продуктов для автоматизации деятельности турфирм
122. Проектирование городского туристского пространства
123. Проектирование культурно-познавательных программ с элементами анимации
124. Проектирование туристских программ на основе использования анимационных технологий
125. Проектирование туров на основе использования технологии инновационных предложений
126. Профессиональные выставки как элемент продвижения туристской организации на рынке
127. Пути совершенствования рынка лечебно-оздоровительного туризма в регионе
128. Развитие гастрономического туризма в регионе
129. Развитие горнолыжного туризма на основе исследования рынка региона
130. Развитие конгрессно-выставочной деятельности организации
131. Развитие культурно-познавательного туризма в современных условиях
132. Развитие молодёжного предпринимательства в сфере туризма
133. Развитие новых видов туризма в регионе
134. Развитие оперейтинга корпоративного туризма в турфирме
135. Развитие паломнического туризма в Уральском регионе.
136. Развитие персонала туристской организации
137. Развитие рынка туристических услуг региона
138. Развитие событийного туризма в регионе
139. Развитие современной туристской инфраструктуры в регионе
140. Развитие спортивного туризма в Уральском регионе.
141. Развитие туризма как фактор продвижения Свердловской области

142. Развитие экологического туризма в современных условиях
143. Развитие экологического туризма и формирование туристского продукта
144. Разработка брендовых туристских маршрутов
145. Разработка деловой программы событийного мероприятия
146. Разработка программ обслуживания корпоративных клиентов с использованием элементов анимации в современных условиях
147. Разработка программы культурно-познавательного тура в регионе
148. Разработка программы обслуживания туристов на основе анализа туристско-рекреационных ресурсов в современных условиях
149. Разработка программы по повышению эффективности рекламной деятельности туристского предприятия
150. Разработка программы повышения конкурентоспособности турагентства в современных условиях
151. Разработка программы развития сельского туризма в регионе
152. Разработка программы развития событийного туризма в регионе
153. Разработка программы стимулирования сбыта как условия повышения эффективности маркетинговой деятельности турфирмы
154. Разработка программы стимулирования сбыта туристских услуг
155. Разработка программы экологического туристского маршрута на основе анализа туристских ресурсов региона
156. Разработка рекламных материалов с целью продвижения туристского агентства
157. Разработка рекомендаций по изучению мотивации и потребительского поведения на предприятиях туризма
158. Разработка рекомендаций по обеспечению безопасности туристов
159. Разработка рекомендаций по применению клиентоориентированного подхода на предприятиях туризма
160. Разработка рекомендаций по продвижению туристских продуктов посредством коммуникаций в форумах и социальных блогах
161. Разработка рекомендаций по формированию взаимоотношений с клиентами предприятий
162. Разработка рекомендаций по формированию и применению программ лояльности клиентов в туризме
163. Разработка рекомендаций по формированию и развитию маршрутов массового самодеятельного туризма
164. Разработка рекомендаций по формированию программ развития музеев в городах России
165. Разработка технологий брэндинга в туристском предприятии
166. Разработка туристских анимационных программ для школьников
167. Разработка туристских программ для детей на основе использования событийных мероприятий
168. Разработка турпродукта для туристов с ограниченными возможностями с использованием туристского потенциала региона
169. Рациональные и иррациональные аспекты поведения потребителя в индустрии туризма
170. Роль и специфика геоинформационных систем в туризме

171. Роль спортивных клубов в развитии детско-юношеского и молодежного туризма в регионе
172. Роль традиций в принятии управленческих решений в индустрии туризма
173. Сетевые формы предпринимательства в туристской индустрии
174. Событийное мероприятие как путь повышения туристской привлекательности региона
175. Событийный туризм в регионе
176. Событийный туризм как способ продвижения региона на рынке внутреннего туризма
177. Совершенствование ассортиментной политики туристской организации
178. Совершенствование деятельности по обслуживанию деловых туристов в гостиничном предприятии
179. Совершенствование мер государственной поддержки внутреннего туризма
180. Совершенствование организации технологических процессов в туристском предприятии
181. Совершенствование рекламной деятельности туроператора в современных условиях
182. Совершенствование рынка водных круизов региона и разработка нового туристского продукта
183. Совершенствование рынка культурно-познавательных услуг региона и разработка нового туристского продукта
184. Совершенствование рынка лечебно-оздоровительных услуг региона и разработка нового туристского продукта
185. Совершенствование рынка паломнических услуг региона и разработка нового туристского продукта
186. Совершенствование туристского потенциала региона и разработка нового туристского продукта
187. Современные подходы к формированию и продажам турпродукта на основе использования современных информационных технологий
188. Современные проблемы управления российским туризмом на региональном уровне
189. Современные формы малого предпринимательства туризме
190. Современные формы продвижения в туризме
191. Социально-психологические аспекты управления в туризме
192. Технологии управления проектами в туризме
193. Увеличение сбыта туристских услуг на основе франчайзинга
194. Управление клиентским опытом в индустрии туризма
195. Формирование имиджа туристского предприятия средствами PR- технологий и рекламы
196. Формирование индивидуального бренда туристской организации
197. Формирование туристско-рекреационных кластеров в регионе
198. Франчайзинг как стратегия развития компании в индустрии туризма
199. Этические проблемы в сфере туризма и пути их решения
200. Эффективные формы управления современными предприятиями в туристской индустрии
201. Автоматизация бизнес-процессов в гостинице

202. Анализ рыночных возможностей и разработка комплексного маркетинга услуг предприятия гостиничного хозяйства
203. Анимационная деятельность как перспективное направление продвижения гостиничного продукта.
204. Бенчмаркинг как инструмент управления конкурентоспособностью гостиничных услуг
205. Внедрение аутсорсинга на рынке гостиничных услуг
206. Внедрение современных методов мотивации и стимулирования труда персонала гостиницы
207. Внедрение стандартов обслуживания иностранных гостей в отеле
208. Возможности адаптации и применения успешных мировых практик в сфере гостеприимства на территории Свердловской области
209. Гостевые дома как фактор развития сельского туризма региона
210. Индивидуальный брендинг как средство продвижения в профессиональной сфере
211. Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии гостеприимства
212. Интуиция как фактор принятия организационных решений в гостеприимстве
213. Использование методов контроля для повышения качества гостиничных услуг
214. Комплексная оценка влияния корпоративной культуры на деятельность гостиничного предприятия
215. Комплексная оценка степени удовлетворенности гостей гостиничного предприятия
216. Конкурентоспособность услуг предприятий индустрии гостеприимства
217. Маркетинговый анализ деятельности предприятий индустрии гостеприимства
218. Меры поддержки субъектов гостиничной индустрии в субъектах Российской Федерации
219. Обеспечение безопасности гостиницы
220. Оптимизация управленческой структуры предприятий индустрии гостеприимства
221. Организация и обеспечение безопасности проживающих в гостиницах и туристских комплексах
222. Организация и эффективность профессионального обучения в индустрии гостеприимства
223. Организация рекламной деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства
224. Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами гостиничных предприятий
225. Организация эффективного продвижения и продажи гостиничного продукта
226. Особенности запуска и развития инновационных компаний и стартапов в гостеприимстве
227. Особенности управления персоналом на малых предприятиях индустрии гостеприимства
228. Оценка эффективности и направления модернизации технологической оснащенности гостиниц
229. Оценка эффективности и направления модернизации технологической оснащенности гостиниц
230. Повышение качества гостиничных услуг

231. Повышение конкурентоспособности гостиничного предприятия
232. Повышение эффективности деятельности малого отеля
233. Применение технологий геймификации в гостиничном бизнесе
234. Приоритетные направления развития гостеприимства в регионе
235. Развитие внутренней клиентоориентированности гостиничного предприятия
236. Развитие информационных технологий в гостиничном бизнесе
237. Развитие культуры обслуживания в гостиничном бизнесе
238. Развитие молодёжного предпринимательства в гостеприимстве
239. Развитие услуг в гостиничном предприятии
240. Развитие формата апарт-отелей в Уральском регионе
241. Разработка ассортиментной политики гостиничного предприятия
242. Разработка и внедрение программ лояльности в гостиничном предприятии
243. Разработка и внедрение стандартов обслуживания в гостиничном предприятии
244. Разработка и оптимизация ассортимента услуг в гостинице
245. Разработка и оценка эффективности мероприятий по предоставлению оздоровительных услуг в гостинице
246. Разработка и формирование конкурентных преимуществ гостиниц
247. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций в гостиничном предприятии
248. Разработка комплекса мероприятий по продвижению на рынок туристских услуг гостиницы
249. Разработка концепции гостиничного предприятия
250. Разработка маркетинговой программы гостиничного предприятия
251. Разработка мероприятий по совершенствованию системы обучения персонала предприятия
252. Разработка мероприятий по совершенствованию технологий взаимодействия между службами в гостинице
253. Разработка мероприятий по техническому перевооружению гостиничного предприятия
254. Разработка мероприятий по эффективному продвижению предприятий индустрии гостеприимства
255. Разработка стратегии формирования лояльности потребителей в сфере гостиничного бизнеса
256. Рациональные и иррациональные аспекты поведения потребителя в гостеприимстве
257. Реализация концепции маркетинга на рынке услуг гостеприимства
258. Роль традиций в принятии управленческих решений в индустрии гостеприимства
259. Сегментирование рынка, позиционирование и брендинг услуг гостеприимства
260. Сетевые формы предпринимательства в индустрии гостеприимства
261. Система маркетинг-менеджмента в индустрии гостеприимства и туризма и ее совершенствование
262. Совершенствование деятельности лечебно-оздоровительных средств размещения в Свердловской области
263. Совершенствование деятельности отдела продаж и маркетинга гостиницы
264. Совершенствование маркетинговой деятельности гостиницы
265. Совершенствование реализации гостиничных услуг

266. Совершенствование рекламной политики гостиничного предприятия
267. Совершенствование ресторанного сервиса в гостиницах
268. Совершенствование сервисной деятельности в гостиничном предприятии
269. Совершенствование системы организации обслуживания в гостинице
270. Совершенствование ценовой политики и ценообразования гостиниц
271. Совершенствование эффективности взаимодействия средств размещения с туристическими и корпоративными компаниями
272. Современные формы малого предпринимательства в гостеприимстве
273. Современные формы продвижения в гостеприимстве
274. Создание гостиниц семейного типа на Урале
275. Социально-психологические аспекты управления в индустрии гостеприимства
276. Технологии управления проектами в гостеприимстве
277. Управление клиентским опытом в гостиничном бизнесе
278. Управление персоналом в индустрии гостеприимства в условиях реорганизации бизнес-процессов
279. Управление профессиональной карьерой работников предприятий индустрии гостеприимства
280. Формирование и поддержание корпоративной культуры предприятий индустрии гостеприимства
281. Формирование индивидуального бренда гостиничного предприятия
282. Формирование менеджмента безопасности гостиничного предприятия
283. Франчайзинг как стратегия развития компании в индустрии гостеприимства
284. Этические проблемы в сфере гостеприимства и пути их решения
285. Эффективные формы управления современными предприятиями в гостеприимстве
286. Автоматизация бизнес-процессов в ресторане
287. Анализ и совершенствование организации банкетных мероприятий на примере предприятий ресторанного бизнеса
288. Анализ международного опыта развития предприятий общественного питания и возможности его использования и условиях Российской Федерации
289. Анализ межкультурной коммуникации для организации эффективного общения с иностранными гостями
290. Анализ путей совершенствования организации обслуживания посетителей в ресторане
291. Анализ рыночных возможностей в условиях современных бизнес-процессов
292. Анализ современных концепций в ресторанной индустрии и рекомендации по их внедрению на предприятии питания
293. Анализ эффективности применения реновации и рестайлинга на предприятии общественного питания
294. Анимационная деятельность как перспективное направление продвижения услуг ресторана
295. Бенчмаркетинг как инструмент управления конкурентоспособностью услуг питания
296. Внедрение аутсорсинга на рынке ресторанных услуг
297. Внедрение современных методов мотивации и стимулирования труда персонала предприятия питания

298. Возможности адаптации и применения успешных мировых практик в сфере гостеприимства на территории Свердловской области
299. Гастрономические событийные мероприятия как способ продвижения региона
300. Диверсификация работы ресторанов в современных условиях
301. Индивидуальный брендинг как средство продвижения в профессиональной сфере
302. Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии питания
303. Интуиция как фактор принятия организационных решений в ресторанной деятельности
304. Использование методов контроля для повышения качества услуг питания
305. Исследование проблем качества сервиса современных предприятий общественного питания в крупном городе
306. Исследование современных тенденций развития технологии продаж в ресторанной индустрии и выработка мер по их адаптации на предприятиях общественного питания
307. Исследование специфики франчайзинга в сфере общественного питания в России
308. Комплексная оценка влияния корпоративной культуры на деятельность предприятия питания
309. Комплексная оценка степени удовлетворенности гостей предприятия питания
310. Конкурентоспособность услуг в ресторанном бизнесе
311. Кофейня как концептуальное предприятие общественного питания
312. Маркетинговый анализ деятельности предприятий индустрии питания
313. Меры поддержки субъектов индустрии общественного питания в субъектах Российской Федерации
314. Новые технологии продаж и сервиса на предприятиях общественного питания
315. Организация и эффективность профессионального обучения в ресторанном бизнесе
316. Организация кейтерингового обслуживания
317. Организация национальной кухни в ресторанах Екатеринбурга
318. Организация питания на крупных событийных мероприятиях
319. Организация рекламной деятельности на предприятиях питания и оценка ее эффективности
320. Особенности запуска и развития инновационных компаний и стартапов в ресторанной деятельности
321. Особенности формирования и продвижения услуг предприятий формата fast-food
322. Особенности формирования и продвижения услуг предприятий формата free-flow
323. Оценка эффективности и направления модернизации технологической оснащённости предприятия питания
324. Приоритетные направления развития ресторанной деятельности в регионе
325. Развитие молодёжного предпринимательства в индустрии питания
326. Разработка ассортиментной политики предприятия питания
327. Разработка и внедрение программ лояльности в ресторанном бизнесе
328. Разработка и внедрение стандартов обслуживания в ресторанном бизнесе
329. Разработка и оптимизация ассортимента услуг в ресторанном бизнесе
330. Разработка и формирование конкурентных преимуществ предприятия питания
331. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций в ресторанном бизнесе
332. Разработка комплекса мероприятий по продвижению на рынок услуг питания

333. Разработка концепции нового ресторана и стратегии ее реализации
334. Разработка концепции предприятия питания
335. Разработка маркетинговой программы предприятия питания
336. Разработка мероприятий по совершенствованию системы обучения персонала предприятия питания
337. Разработка мероприятий по совершенствованию технологий взаимодействия между службами в ресторане
338. Разработка мероприятий по техническому перевооружению предприятия питания
339. Разработка мероприятий по эффективному продвижению предприятий в индустрии питания
340. Разработка мероприятий, направленных на формирование лояльности и привлечение новых клиентов ресторана
341. Разработка мероприятий, направленных на формирование лояльности и привлечение новых клиентов ресторана
342. Разработка нового продукта в целях повышения эффективности и конкурентоспособности предприятия питания
343. Разработка программы внедрения инновационных методов стимулирования и развития новых услуг в сфере ресторанного бизнеса
344. Разработка проекта концепции создания ресторана с исторической тематикой
345. Разработка проекта создания тематического ресторана
346. Разработка рекомендаций по изменению экстерьера и интерьера предприятия общественного питания как фактора качества обслуживания
347. Разработка системы дополнительных услуг по обслуживанию гостей с детьми
348. Разработка стратегии продвижения ресторанного бизнеса в условиях коронавирусной инфекции
349. Разработка стратегии формирования лояльности гостей в ресторанном бизнесе
350. Разработка стратегий инновационной деятельности на предприятиях ресторанной индустрии
351. Рациональные и иррациональные аспекты поведения потребителя в индустрии питания
352. Роль традиций в принятии управленческих решений в индустрии питания
353. Сегментирование рынка, позиционирование и брендинг услуг питания
354. Сетевые формы предпринимательства в ресторанной деятельности
355. Система маркетинг-менеджмента в индустрии питания и ее совершенствование
356. Совершенствование PR в ресторанном бизнесе и оценка его эффективности
357. Совершенствование ассортиментной политики на предприятиях индустрии общественного питания
358. Совершенствование корпоративной культуры предприятия общественного питания как условия конкурентоспособности
359. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия питания
360. Совершенствование механизма управления инновационным процессом на предприятии с использованием концепции бенчмаркинга
361. Совершенствование реализации услуг питания
362. Совершенствование рекламной политики предприятия питания
363. Совершенствование ресторанного сервиса
364. Совершенствование ресторанного сервиса в гостиницах

365. Совершенствование системы организации обслуживания в ресторанном бизнесе
366. Совершенствование системы управления рестораном в современных условиях
367. Совершенствование структуры ресторана
368. Совершенствование технологии и организации питания туристов
369. Совершенствование управления качеством услуг в предприятиях ресторанного бизнеса
370. Совершенствование управления персоналом на предприятии питания
371. Совершенствование ценовой политики и ценообразования в ресторанном бизнесе
372. Совершенствование эффективности взаимодействия предприятия питания с организациями индустрии туризма и гостеприимства
373. Современные тенденции и перспективы развития рынка услуг общественного питания
374. Современные формы малого предпринимательства в ресторанной деятельности
375. Современные формы продвижения в ресторанной деятельности
376. Социально-психологические аспекты управления в индустрии общественного питания
377. Технологии управления проектами в ресторанной деятельности
378. Управление персоналом в индустрии питания в условиях реорганизации бизнес-процессов
379. Управление профессиональной карьерой в индустрии питания
380. Управление профессиональной карьерой работников предприятий индустрии питания
381. Формирование и поддержание корпоративной культуры предприятия питания
382. Формирование индивидуального бренда предприятия общественного питания
383. Формирование конкурентной стратегии ресторана на основе изучения современных трендов и тенденций в ресторанной индустрии
384. Формирование менеджмента безопасности предприятия питания
385. Формирование профессиональной культуры речи персонала предприятия общественного питания с помощью деловых игр и тренингов
386. Формирование системы менеджмента качества на предприятиях питания
387. Формирование стратегии предприятия общественного питания нового поколения, основанной на цифровых технологиях
388. Формирование уникального торгового предложения на примере предприятия общественного питания
389. Франчайзинг как стратегия развития компании в индустрии питания
390. Этические проблемы в сфере общественного питания и пути их решения
391. Эффективные формы управления современными предприятиями общественного питания
392. Эффективные формы управления современными предприятиями в сервисной деятельности
393. Автоматизация бизнес-процессов в индустрии гостеприимства
394. Анализ и совершенствование организации банкетных мероприятий на примере предприятий ресторанного бизнеса
395. Анализ международного опыта развития предприятий общественного питания и возможности его использования и условиях Российской Федерации

396. Анализ межкультурной коммуникации для организации эффективного общения с иностранными гостями
397. Анализ путей совершенствования организации обслуживания посетителей в ресторане
398. Анализ рыночных возможностей в условиях современных бизнес-процессов
399. Анализ рыночных возможностей и разработка комплексного маркетинга услуг предприятия гостиничного хозяйства
400. Анализ современных концепций в ресторанной индустрии и рекомендации по их внедрению на предприятии питания
401. Анализ эффективности применения реновации и рестайлинга на предприятии общественного питания
402. Анимационная деятельность как перспективное направление продвижения услуг в гостеприимстве
403. Бенчмаркетинг как инструмент управления конкурентоспособностью услуг питания
404. Бенчмаркинг как инструмент управления конкурентоспособностью гостиничных услуг
405. Внедрение аутсорсинга на рынке гостиничных услуг
406. Внедрение аутсорсинга на рынке ресторанных услуг
407. Внедрение современных методов мотивации и стимулирования труда персонала гостиницы
408. Внедрение современных методов мотивации и стимулирования труда персонала предприятия питания
409. Внедрение стандартов обслуживания иностранных гостей в отеле
410. Возможности адаптации и применения успешных мировых практик в сфере гостеприимства на территории Свердловской области
411. Гастрономические событийные мероприятия как способ продвижения региона
412. Гостевые дома как фактор развития сельского туризма региона
413. Диверсификация работы ресторанов в современных условиях
414. Индивидуальный брендинг как средство продвижения в профессиональной сфере
415. Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии гостеприимства
416. Интуиция как фактор принятия организационных решений в гостеприимстве
417. Использование методов контроля для повышения качества услуг питания и гостеприимства
418. Исследование проблем качества сервиса современных предприятий общественного питания в крупном городе
419. Исследование современных тенденций развития технологии продаж в ресторанной индустрии и выработка мер по их адаптации на предприятии общественного питания
420. Исследование специфики франчайзинга в сфере общественного питания в России
421. Комплексная оценка влияния корпоративной культуры на деятельность гостиничного предприятия
422. Комплексная оценка влияния корпоративной культуры на деятельность предприятия питания
423. Комплексная оценка степени удовлетворенности гостей гостиничного предприятия
424. Комплексная оценка степени удовлетворенности гостей предприятия питания

425. Конкуренентоспособность услуг в ресторанном бизнесе
426. Конкуренентоспособность услуг предприятий индустрии гостеприимства
427. Кофейня как концептуальное предприятие общественного питания
428. Маркетинговый анализ деятельности предприятий индустрии гостеприимства
429. Маркетинговый анализ деятельности предприятий индустрии питания
430. Меры поддержки субъектов гостиничной индустрии в субъектах Российской Федерации
431. Меры поддержки субъектов индустрии общественного питания в субъектах Российской Федерации
432. Новые технологии продаж и сервиса на предприятиях общественного питания
433. Обеспечение безопасности гостиницы
434. Оптимизация управленческой структуры предприятий индустрии гостеприимства
435. Организация и обеспечение безопасности проживающих в гостиницах и туристских комплексах
436. Организация и эффективность профессионального обучения в индустрии гостеприимства
437. Организация и эффективность профессионального обучения в ресторанном бизнесе
438. Организация кейтерингового обслуживания
439. Организация национальной кухни в ресторанах Екатеринбурга
440. Организация питания на крупных событийных мероприятиях
441. Организация рекламной деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства
442. Организация рекламной деятельности на предприятиях питания и оценка ее эффективности
443. Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами предприятий индустрии гостеприимства
444. Организация эффективного продвижения и продажи гостиничного продукта
445. Особенности запуска и развития инновационных компаний и стартапов в гостеприимстве
446. Особенности запуска и развития инновационных компаний и стартапов в ресторанной деятельности
447. Особенности управления персоналом на малых предприятиях индустрии гостеприимства
448. Особенности формирования и продвижения услуг предприятий формата fast-food
449. Особенности формирования и продвижения услуг предприятий формата free-flow
450. Оценка эффективности и направления модернизации технологической оснащенности гостиниц
451. Повышение качества гостиничных услуг
452. Повышение конкурентоспособности гостиничного предприятия
453. Повышение конкурентоспособности предприятия питания
454. Повышение конкурентоспособности специализированного предприятия питания
455. Повышение эффективности деятельности малого отеля

456. Применение технологий геймификации в гостиничном бизнесе
457. Приоритетные направления развития гостеприимства в регионе
458. Приоритетные направления развития ресторанной деятельности в регионе
459. Развитие внутренней клиентоориентированности гостиничного предприятия
460. Развитие информационных технологий в гостиничном бизнесе
461. Развитие культуры обслуживания в гостиничном бизнесе
462. Развитие молодёжного предпринимательства в индустрии гостеприимства
463. Развитие услуг в гостиничном предприятии
464. Развитие формата апарт-отелей в Уральском регионе
465. Разработка ассортиментной политики гостиничного предприятия
466. Разработка ассортиментной политики предприятия питания
467. Разработка и внедрение программ лояльности в гостиничном предприятии
468. Разработка и внедрение программ лояльности в ресторанном бизнесе
469. Разработка и внедрение стандартов обслуживания в гостиничном предприятии
470. Разработка и внедрение стандартов обслуживания в ресторанном бизнесе
471. Разработка и оптимизация ассортимента услуг в гостинице
472. Разработка и оптимизация ассортимента услуг в ресторанном бизнесе
473. Разработка и оценка эффективности мероприятий по предоставлению оздоровительных услуг в гостинице
474. Разработка и формирование конкурентных преимуществ гостиниц
475. Разработка и формирование конкурентных преимуществ предприятия питания
476. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций в гостиничном предприятии
477. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций в ресторанном бизнесе
478. Разработка комплекса мероприятий по продвижению на рынок туристских услуг гостиницы
479. Разработка комплекса мероприятий по продвижению на рынок услуг питания
480. Разработка концепции гостиничного предприятия
481. Разработка концепции нового ресторана и стратегии ее реализации
482. Разработка концепции предприятия питания
483. Разработка маркетинговой программы гостиничного предприятия
484. Разработка маркетинговой программы предприятия питания
485. Разработка мероприятий по совершенствованию системы обучения персонала предприятия индустрии гостеприимства
486. Разработка мероприятий по совершенствованию технологий взаимодействия между службами в ресторане
487. Разработка мероприятий по техническому перевооружению гостиничного предприятия
488. Разработка мероприятий по техническому перевооружению предприятия питания
489. Разработка мероприятий по эффективному продвижению предприятий в индустрии питания
490. Разработка мероприятий по эффективному продвижению предприятий индустрии гостеприимства
491. Разработка мероприятий, направленных на формирование лояльности и привлечение новых клиентов ресторана

492. Разработка мероприятий, направленных на формирование лояльности и привлечение новых клиентов ресторана
493. Разработка нового продукта в целях повышения эффективности и конкурентоспособности предприятия питания
494. Разработка программы внедрения инновационных методов стимулирования и развития новых услуг в сфере ресторанного бизнеса
495. Разработка проекта концепции создания ресторана с исторической тематикой
496. Разработка проекта создания тематического ресторана
497. Разработка рекомендаций по изменению экстерьера и интерьера предприятия общественного питания как фактора качества обслуживания
498. Разработка системы дополнительных услуг по обслуживанию гостей с детьми
499. Разработка стратегии продвижения ресторанного бизнеса в условиях коронавирусной инфекции
500. Разработка стратегии формирования лояльности гостей в ресторанном бизнесе
501. Разработка стратегии формирования лояльности потребителей в сфере гостиничного бизнеса
502. Разработка стратегий инновационной деятельности на предприятиях ресторанной индустрии
503. Рациональные и иррациональные аспекты поведения потребителя в гостеприимстве
504. Рациональные и иррациональные аспекты поведения потребителя в индустрии питания
505. Реализация концепции маркетинга на рынке услуг гостеприимства
506. Роль традиций в принятии управленческих решений в индустрии гостеприимства
507. Роль традиций в принятии управленческих решений в индустрии питания
508. Сегментирование рынка, позиционирование и брендинг услуг гостеприимства
509. Сегментирование рынка, позиционирование и брендинг услуг питания
510. Сетевые формы предпринимательства в индустрии гостеприимства
511. Сетевые формы предпринимательства в ресторанной деятельности
512. Система маркетинг-менеджмента в индустрии гостеприимства и туризма и ее совершенствование
513. Система маркетинг-менеджмента в индустрии питания и ее совершенствование
514. Совершенствование PR в ресторанном бизнесе и оценка его эффективности
515. Совершенствование ассортиментной политики на предприятиях индустрии общественного питания
516. Совершенствование деятельности лечебно-оздоровительных средств размещения в Свердловской области
517. Совершенствование деятельности отдела продаж и маркетинга гостиницы
518. Совершенствование деятельности службы приема и размещения
519. Совершенствование корпоративной культуры предприятия общественного питания как условия конкурентоспособности
520. Совершенствование маркетинговой деятельности гостиницы
521. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия питания
522. Совершенствование механизма управления инновационным процессом на предприятии с использованием концепции бенчмаркинга
523. Совершенствование организации обслуживания в ресторанном бизнесе

524. Совершенствование реализации гостиничных услуг
525. Совершенствование реализации услуг питания
526. Совершенствование рекламной политики гостиничного предприятия
527. Совершенствование рекламной политики предприятия питания
528. Совершенствование ресторанного сервиса
529. Совершенствование ресторанного сервиса в гостиницах
530. Совершенствование сервисной деятельности в гостиничном предприятии
531. Совершенствование системы организации обслуживания в гостинице
532. Совершенствование системы организации обслуживания в ресторанном бизнесе
533. Совершенствование системы управления рестораном в современных условиях
534. Совершенствование технологии и организации питания студентов
535. Совершенствование технологии и организации питания туристов
536. Совершенствование управления персоналом отеля
537. Совершенствование управления персоналом на предприятии питания
538. Совершенствование управления персоналом предприятия питания
539. Совершенствование ценовой политики и ценообразования в ресторанном бизнесе
540. Совершенствование ценовой политики и ценообразования гостиниц
541. Совершенствование эффективности взаимодействия предприятия питания с организациями индустрии туризма и гостеприимства
542. Совершенствование эффективности взаимодействия средств размещения с туристическими и корпоративными компаниями
543. Современные тенденции и перспективы развития рынка услуг общественного питания
544. Современные формы малого предпринимательства в гостеприимстве
545. Современные формы малого предпринимательства в ресторанной деятельности
546. Современные формы продвижения в гостеприимстве
547. Современные формы продвижения в ресторанной деятельности
548. Создание гостиниц семейного типа на Урале
549. Социально-психологические аспекты управления в индустрии гостеприимства
550. Социально-психологические аспекты управления в индустрии общественного питания
551. Технологии управления проектами в гостеприимстве
552. Технологии управления проектами в ресторанной деятельности
553. Управление клиентским опытом в гостиничном бизнесе
554. Управление персоналом в индустрии гостеприимства в условиях реорганизации бизнес-процессов
555. Управление персоналом в индустрии питания в условиях реорганизации бизнес-процессов
556. Управление профессиональной карьерой работников предприятий индустрии гостеприимства
557. Управление профессиональной карьерой работников предприятий индустрии питания
558. Формирование и поддержание корпоративной культуры предприятий индустрии гостеприимства
559. Формирование и поддержание корпоративной культуры предприятия питания
560. Формирование индивидуального бренда гостиничного предприятия

- 561. Формирование индивидуального бренда предприятия общественного питания
- 562. Формирование конкурентной стратегии ресторана
- 563. Формирование менеджмента безопасности гостиничного предприятия
- 564. Формирование менеджмента безопасности предприятия питания
- 565. Формирование профессиональной культуры речи персонала предприятия общественного питания с помощью деловых игр и тренингов
- 566. Формирование системы менеджмента качества на предприятиях питания
- 567. Формирование стратегии предприятия общественного питания нового поколения, основанной на цифровых технологиях
- 568. Формирование уникального торгового предложения предприятия общественного питания
- 569. Франчайзинг как стратегия развития компании в индустрии гостеприимства
- 570. Франчайзинг как стратегия развития компании в индустрии питания
- 571. Этические проблемы в сфере гостеприимства и пути их решения
- 572. Эффективные формы управления современными предприятиями в гостеприимстве

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)**

Директору колледжа

от студента (ки) _____ курса
специальности СПО _____
форма обучения _____

(Ф.И.О. полностью)

ЗАЯВЛЕНИЕ

*О закреплении темы
дипломной работы*

Для прохождения итоговой аттестации в период 202__-202__ учебного года прошу закрепить за мной тему дипломной работы, утвержденную приказом директора ПО АНО МИБиУ № ___ от «__» _____ 202__ г.:

Тема № _____
(наименование темы)

(подпись студента) _____
(расшифровка)

«__» _____ 202__ г

Научный руководитель: _____
Ф.И.О.

Контактный телефон: _____

Email: _____

Согласовано:
Директор колледжа

Подпись

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)**

Директору колледжа

от студента (ки) _____ курса
специальности СПО _____
форма обучения _____

(Ф.И.О. полностью)

ЗАЯВЛЕНИЕ

*О согласовании темы
дипломной работы*

Для прохождения итоговой аттестации в период 202__-202__ учебного года прошу согласовать и закрепить за мной тему дипломной работы, согласованную с

(наименование организации – работодателя)

Наименование темы:

СОГЛАСОВАНО:

(наименование должности) (подпись) (расшифровка)

«__» _____ 202__ г

МП

(подпись студента) (расшифровка)

«__» _____ 202__ г

Научный руководитель: _____
Ф.И.О.

Контактный телефон: _____

E-mail: _____

Согласовано:

Директор колледжа

Подпись

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)**

Директору колледжа

от студента (ки) _____ курса
специальности СПО _____
форма обучения _____

_____ (Ф.И.О. полностью)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить мне тему дипломной работы, не включенную в список тем, утвержденных приказом директора ПО АНО МИБиУ № ___ от «__» _____ 202__ г.:

« _____
_____ »

Научный руководитель: _____
(Ф.И.О.)

Контактный телефон: _____

E-mail: _____

Согласовано:
Директор колледжа

Подпись

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Специальность 43.02.16 Туризм и гостеприимство

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

« _____ »

Студент

Ф.И.О. (полностью)

(подпись)

Руководитель ДР

ученая степень, звание

Ф.И.О. (полностью)

(подпись)

Допущена к защите
Директор колледжа

« ____ » _____ 20__ г.

2026г.

Дипломная работа состоит из _____ страниц

- основная часть _____ страниц

- приложения _____ страниц

Дипломная работа выполнена мной самостоятельно. Все использованные в работе материалы получены из опубликованной научной литературы, нормативно-правовых актов, а также электронных информационных ресурсов, с указанием их выходных данных в постраничных сносках. Неправомерное заимствование положений других авторов (плагиат) отсутствует.

Студент _____

Ф.И.О.

Подпись

дата

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)**

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа

« ____ » _____ 20__ г.

Специальность _____

Форма обучения _____

ПЛАН-ПРОЕКТ

Дипломной работы на тему

« _____
_____ »

студента _____

(Ф.И.О. полностью)

Цели и задачи работы _____

ВВЕДЕНИЕ.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ.

 1.1. Подглава
 1.2. Подглава.

ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ.

 2.1. Подглава
 2.2. Подглава
 2.3. Подглава

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.

ПРИЛОЖЕНИЯ (при необходимости, но желательно).

Студент _____

« ____ » _____ 20__ г.

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)**

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа

«_____» _____ 20__ г.

ПЛАН-ГРАФИК

подготовки и выполнения дипломной работы студента по специальности

_____,
(шифр и название)

_____,
(Ф.И.О. полностью)

форма обучения _____.

№ п/г	Выполняемые работы и мероприятия	Срок выполнения	Отметка о выполнении и решении руководства
1	Выбор темы и согласование ее с руководителем		
2	Подбор литературы, ее изучение и обработка. Составление библиографии по основным источникам		
3	Составление плана дипломной работы и согласование ее с руководителем		
4	Разработка и представление на проверку первой главы		
5	Накопление, систематизация и анализ практических материалов		
6	Разработка и представление на проверку второй главы		
7	Согласование с руководителем выводов и предложений		
8	Передача работы руководителю для экспертизы		
9	Переработка (доработка) дипломной работы в соответствии с замечаниями руководителя		
10	Сдача дипломной работы на отзыв и рецензию руководителю		
11	Представление дипломной работы в Колледж		
12	Разработка тезисов и презентационных материалов для защиты		

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)**

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа

«_____» _____ 20__ г.

Специальность _____

Форма обучения _____

**ЗАДАНИЕ
ПО ДИПЛОМНОЙ РАБОТЕ**

Студент _____

1. Тема дипломной работы _____

2. Срок сдачи студентом законченной работы: _____

3. Исходные данные по работе _____

4. Содержание расчетно-пояснительной записки _____

5. Перечень графического материала _____

6. Консультации по разделам работы _____

Раздел	Руководитель ДР	Подпись, дата	
		Задание выдал	Задание принял

7. Дата выдачи задания _____

Руководитель дипломной работы _____

(подпись)

Студент _____

(подпись)

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Анализ нормативно-правовых актов, регулирующих управление в области здравоохранения в РФ	
1.1. Новое в законодательстве РФ в сфере здравоохранения.....	6
1.2. Вопросы правового регулирования деятельности учреждений здравоохранения.....	18
1.3. Особенности правового регулирования сферы здравоохранения.....	22
Глава 2. Проблемы государственного управления в сфере здравоохранения и пути их решения	
2.1. Проблемы совершенствования организации медицинской помощи населению в сельской местности.....	34
2.2. Пути решения проблем государственного управления в сфере здравоохранения....	45
Заключение.....	57
Список литературы	60
Приложение	63

Лист ознакомления выпускников с программой ГИА

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.
- 12.
- 13.
- 14.
- 15.
- 16.
- 17.
- 18.
- 19.
- 20.