

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 12.07.2022 10:53:00

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

«Самарский государственный экономический университет»

Институт Экономики предприятий
Кафедра экономики предприятий АПК и экологии

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 9 от 31 мая 2022 г.)

АНОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Наименование направления подготовки: 43.03.02 СЕРВИС

Образовательная программа: Управление в гостиничном и ресторанном бизнесе

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Самара 2022

Государственная итоговая аттестация (ГИА) обучающихся по направлению 43.03.01 «Сервис» программе «Управление гостиничным и ресторанным бизнесом» проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты выпускной квалификационной работы (ВКР).

Уровень образования - бакалавриат.

Вид ВКР - бакалаврская работа.

Объем ГИА в соответствии с требованиями ФГОС учебного плана составляет 9 з.е.

1. Выпускная квалификационная работа

1.1. Порядок согласования и утверждения тем выпускной квалификационной работы

Для направлений подготовки бакалавриата - ВКР выполняется в форме бакалаврской работы (Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГБОУ ВО «СГЭУ», (утв. Приказом и.о. ректора № 383-ОВ от 09.06.2018 г.).

Важное значение для выполнения выпускной квалификационной работы имеет правильный выбор темы. Как правило, она должна совпадать с темой научно-исследовательской работы, выполняемой бакалавром в период обучения, есть является её продолжением и углублением. Также, бакалавры могут выбрать тему выпускной квалификационной работы самостоятельно, руководствуясь потребностями предприятий и организаций, интересом к проблеме, личными предпочтениями, практическим опытом.

Темы выпускных квалификационных работ и руководители утверждаются приказом ректора ФГБОУ ВО СГЭУ.

Выбор темы выпускной квалификационной работы бакалавр обязан завершить до начала производственной практики (преддипломной). Если бакалавр не выполнил это требование, заведующий назначает ему тему работы по собственному усмотрению.

Студент должен руководствоваться примерным перечнем тем выпускных работ, однако он может предложить собственную тему, если она соответствует направлению и профилю подготовки, по которому он обучался, и обосновать целесообразность ее выбора.

Выбрав тему, необходимо согласовать ее с научным руководителем и написать заявление на имя заведующего кафедрой.

После издания приказа об утверждении тем выпускных квалификационных работ и руководителей каждому студенту выдается задание на выпускную квалификационную работу.

Изменение темы ВКР возможно не позднее, чем за два месяца, а уточнение темы не позднее, чем за месяц до предполагаемой даты защиты на основании личного заявления студента, согласованного с руководителем на имя заведующего кафедры.

1.2. Примерный перечень тем ВКР

1. Активные виды туризма и перспективы их развития на самарском рынке
2. Брендинг как способ продвижения услуг предприятия общественного питания
3. Внедрение инновационных технологий в деятельности гостиничного предприятия
4. Внедрение инновационных технологий в деятельность предприятий сервиса
5. Выездное обслуживание как фактор повышения лояльности потребителей гостиничных услуг
6. Дополнительные услуги как фактор конкурентоспособности предприятий сервиса
7. Дополнительные услуги как фактор повышения конкурентоспособности средств питания
8. Дополнительные услуги как фактор повышения конкурентоспособности средств размещения
9. Инновации как фактор повышения качества обслуживания в гостиничном предприятии
10. Инновационные технологии в деятельности гостиничного предприятия
11. Коммуникационная политика как элемент комплекса маркетинга предприятия
12. Конкурентоспособность гостиничного предприятия и направления ее повышения
13. Логистическое обеспечение деятельности предприятий сервиса

14. Малые предприятия в сфере услуг, особенности организации и функционирования предприятий питания
15. Маркетинговые коммуникации в деятельности предприятия питания
16. Марочная политика в сфере услуг. Особенности предприятий питания
17. Механизм обеспечения качества обслуживания на предприятиях сферы сервиса
18. Мотивация как функция эффективного управления персоналом сервисного
19. Обеспечение конкурентоспособности гостиничного предприятия
20. Обеспечение конкурентоспособности предприятия питания на основе инструментов маркетинга
21. Обеспечение конкурентоспособности ресторана восточной кухни
22. Обоснование маркетинговой стратегии предприятий сервиса
23. Оздоровительные услуги как фактор повышения лояльности потребителей гостиничных услуг
24. Организация взаимодействия ресторанных предприятий с субъектами рынка индустрии гостеприимства
25. Организация взаимодействия ресторанных предприятий с туристическими организациями
26. Организация внедрения инновационных стандартов обслуживания на предприятиях сервиса
27. Организация деятельности сетевого ресторана на региональном рынке
28. Организация и направления развития деятельности гостиничного предприятия
29. Организация и перспективы развития деятельности гостиничного комплекса
30. Организация и развитие деятельности гостиничного предприятия
31. Организация и развитие деятельности мини-гостиниц на региональном рынке
32. Организация и развитие службы питания в гостинице
33. Организация и совершенствование деятельности гостиничных комплексов
34. Организация и совершенствование деятельности сетевых предприятий питания
35. Организация и совершенствование работы службы питания в гостинице
36. Организация и эффективность применения кейтеринга в индустрии гостеприимства
37. Организация информационного обеспечения деятельности предприятия общественного питания
38. Организация кейтерингового обслуживания в средствах размещения
39. Организация культурно-развлекательного сервиса в ресторане
40. Организация культурно-развлекательного сервиса на предприятии общественного питания
41. Организация лечебно-оздоровительной деятельности
42. Организация обслуживания клиентов ресторанных предприятий и ее совершенствование
43. Организация продвижения туристских услуг в социальных сетях
44. Организация работы по подбору и обучению персонала на предприятиях сервиса
45. Организация работы предприятия питания на принципах аутсорсинга
46. Организация ресторанного производства в городе Самара
47. Основные направления обеспечения конкурентоспособности услуг предприятий сервиса
48. Основные направления повышения эффективности деятельности ресторанного предприятия
49. Основные направления улучшения качества обслуживания на предприятии питания
50. Особенности организации и функционирования национальных (этнических) ресторанных предприятий
51. Особенности организации и функционирования специализированных ресторанных предприятий
52. Особенности и пути совершенствования организации питания туристов
53. Особенности обслуживания клиентов в контактной зоне на предприятиях общественного питания
54. Особенности организации и перспективы развития ресторана восточной кухни
55. Особенности организации и функционирования концептуальных ресторанных предприятий
56. Особенности организации и функционирования предприятия питания в торговом комплексе
57. Особенности организации культурно-развлекательного сервиса на предприятиях общественного питания в малых городах
58. Особенности организации обслуживания потребителей в сельском кафе
59. Особенности покупательского поведения в индустрии сервиса
60. Особенности покупательского поведения на рынке гостиничных услуг
61. Особенности туристского сервиса для лиц с ограниченными возможностями
62. Особенности управления конкурентоспособностью ресторана на рынке Самарской области
63. Особенности формирования конкурентных преимуществ в сфере услуг
64. Особенности формирования корпоративного стиля гостиничного предприятия
65. Особенности ценовой политики предприятия индустрии гостеприимства
66. Перспективы развития военно-исторического туризма в Самаре

67. Перспективы развития сетевых средств питания в Самарской области
68. Питание как элемент комплекса услуг средств размещения
69. Повышение конкурентоспособности предприятий общественного питания
70. Повышение конкурентоспособности ресторанных услуг
71. Повышение конкурентоспособности услуг предприятий сервиса
72. Повышение конкурентоспособности услуг предприятия общественного питания
73. Повышение эффективности использования маркетинговых инструментов на предприятиях общественного питания
74. Показатели и методы оценки качества обслуживания на предприятиях сервиса
75. Развитие деятельности предприятий питания гостиничных комплексов
76. Развитие комплекса дополнительных услуг гостиничного предприятия
77. Развитие комплекса маркетинга сервисного предприятия
78. Развитие конкурентоспособности предприятия общественного питания
79. Развитие маркетинговой деятельности предприятия общественного питания
80. Развитие маркетинговой деятельности сетевого предприятия общественного питания
81. Развитие партнерских отношений в индустрии гостеприимства как фактор конкурентоспособности сервисного предприятия
82. Развитие системы обслуживания на предприятии ресторанного бизнеса
83. Развитие событийного туризма на территории Самарской области
84. Разработка коммуникационной политики туристской организации
85. Разработка программы клиентской лояльности как способа формирования рыночной устойчивости гостиничного предприятия
86. Разработка программы формирования лояльности клиентов
87. Разработка товарной политики сервисного предприятия
88. Разработка фирменного стиля предприятия общественного питания
89. Ребрендинг как фактор повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия
90. Реклама и связи с общественностью как инструменты продвижения услуг ресторана
91. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа предприятия общественного питания
92. Роль мотивации персонала в повышении эффективности предприятия общественного питания
93. Роль парикмахерских и косметических услуг в комплексе сервисного окружения гостиницы
94. Роль стандартов обслуживания в процессе формирования качества услуг предприятия питания
95. Роль фирменного стиля в повышении конкурентоспособности ресторана
96. Роль фирменного стиля в продвижении средств размещения
97. Совершенствование корпоративной культуры на предприятиях сервиса
98. Современная концепция маркетинга услуг (на примере предприятия питания)
99. Современная концепция маркетинга услуг сервисного предприятия
100. Современная концепция маркетинга услуг (на примере предприятия питания)
101. Современные подходы к организации концептуального отеля
102. Современные подходы к формированию концептуального ресторана
103. Стратегия развития предприятия сферы услуг
104. Стратегия развития ресторана национальной кухни
105. сферы услуг
106. Тенденции развития сервисного окружения гостиничных услуг
107. Управление качеством гостиничных услуг
108. Управление качеством обслуживания на гостиничных предприятиях
109. Управление качеством обслуживания на предприятиях питания
110. Управление качеством обслуживания на предприятиях сервиса
111. Управление качеством обслуживания службы гостиничного хозяйства
112. Управление качеством туристских услуг
113. Управление качеством услуг гостиничного предприятия
114. Управление конкурентоспособностью предприятия на рынке гостиничных услуг
115. Управление конкурентоспособностью предприятия на рынке гостиничных услуг
116. Управление конкурентоспособностью ресторанно-гостиничного комплекса
117. Фирменный стиль региональной гостиницы
118. Формирование имиджа гостиницы
119. Формирование имиджа ресторана
120. Формирование комплекса дополнительных услуг в средствах размещения
121. Формирование конкурентоспособности предприятия питания

122. Формирование корпоративного имиджа предприятия общественного питания
123. Формирование лояльности клиентов гостиничного предприятия как фактор повышения его конкурентоспособности
124. Формирование фирменного стиля гостиничного предприятия
125. Формирование фирменного стиля предприятий питания
126. Формы и методы обслуживания потребителей на предприятиях сервиса
127. Экскурсионные услуги как фактор повышения конкурентоспособности средств размещения