|  |  |
| --- | --- |
| **логотип** | **министерство образования и науки российской федерации** |
| **федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»** |

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ и ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор института экономики и

предпринимательства

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.О. Грудзинский

"\_\_\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2016 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

**по выполнению курсовых работ по дисциплине**

**"Деловой туризм"**

**Направление подготовки:**

43.03.03 «Гостиничное дело»

Профиль:

**Организация гостиничной деятельности и бизнес-мероприятий**

Квалификация:

бакалавр

Форма обучения:

**очная**

*(Продолжение см. на стр. 2)*

Нижний Новгород 2016

**СОСТАВИТЕЛЬ**: к.пол.н, доцент кафедры сервиса и туризма Баранова Н.А.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись)

**РЕКОМЕНДОВАНО К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ**

на заседании методической комиссии (протокол № \_\_ от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.)

Председатель методической комиссии

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ФИО (подпись)

# **Содержание**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Деловой туризм» | 4 |
| 1.1. Общие положения | 4 |
| 1.2. Структура и содержание курсовой работы | 4 |
| 1.3. Объем курсовой работы | 6 |
| 1.4. Оформление курсовой работы | 6 |
| 1.5. Научный руководитель и его обязанности | 9 |
| 2. Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Деловой туризм» | 10 |
| Приложения | 14 |

**1. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине**

**«Деловой туризм» для студентов всех специальностей и форм обучения**

## **1.1. Общие положения**

Курсовая работа – самостоятельное, творческое исследование студента, в котором он должен продемонстрировать комплексное умение использовать знания и навыки, полученные в процессе обучения в вузе.

Целями написания настоящих методических указаний являются:

– оказание методической и организационной помощи студентам и их научным руководителям в написании курсовой работы;

– выработка единых требований научных руководителей к оценке курсовых работ.

### **1.2. Структура и содержание курсовой работы**

Курсовая работа состоит из введения, трех разделов (теоретического, аналитического, рекомендательного), выводов и предложений, списка использованной литературы и приложений.

***Введение***включает в себя следующие элементы:

– постановка проблемы, обоснование актуальности рассматриваемой темы для деятельности хозяйствующих субъектов;

– определение цели и задач исследования. Задачи соответствуют характеру раздела (первая задача – связана с характеристикой теоретических аспектов темы, вторая – аналитическая, третья –рекомендательная).

– наименование объекта исследования.

– предмет исследования – это организационно-экономические отношения на совершенствование которых направленно исследование.

– описание структуры выпускной квалификационной работы.

***В первом разделе******(теоретическом)*** *курсовой работы должны содержаться:*

– развёрнутые определения основных понятий, используемых при раскрытии темы;

– точки зрения отечественных и зарубежных авторов по проблеме исследуемой в курсовой работе;

– краткое описание методик и методов анализа состояния объекта исследования.

***Второй (аналитический) раздел*** *курсовой работы* должен носить самостоятельный, творческий характер и представлять собой диагностику состояния объекта исследования, его внешней среды в рамках темы курсовой работы. Раздел следует начать с краткого описания объекта исследования, его внешней среды, характеристики метода и методики, проведённого автором исследования. Полученная в ходе исследования информация обрабатывается, анализируется, формулируются выводы о состоянии предмета и объекта исследования.

***Третий раздел (рекомендательный)*** *курсовой работы.* Он содержит предложения автора по совершенствованию деятельности объекта исследования. Конкретное содержание этого раздела определяется темой курсовой работы и может представлять собой, например, разработка делового тура, рекомендации развития делового туризма в России,.

***Четвёртый раздел курсовой работы* – «Заключение»** представляет собой краткое, тезисное изложение результатов предыдущих разделов работы. Выводов должно быть не менее двух (1 – по теоретическому и 1 – по аналитическому разделу), предложений – от двух до десяти.

***Список использованной литературы*** – последний из обязательных элементов курсовой работы. Он должен включать не менее 30 наименований, иметь сквозную нумерацию (см. Приложение 1).

***Приложение*** Приложения не являются обязательным элементом курсовой работы. Тем не менее, это удачная возможность для размещения таблиц, рисунков, текстов документов, справочных материалов, носящих вспомогательный характер, использование которых в основной части работы автором признаётся нецелесообразным. Решающим фактором, определяющим место размещения вспомогательных материалов (основной текст или приложение), является удобство чтения текста курсовой работы.

Каждое приложение должно иметь название и собственную нумерацию страниц. В правом углу каждого приложения пишется слово «Приложение» и указывается его порядковый номер арабскими цифрами. Знак «№» не указывается (например, «Приложение 2»). Приложение должно иметь содержательный заголовок. При необходимости текст приложения может быть разделен на подразделы и пункты, нумеруемые арабскими цифрами. В пределах каждого приложения нумерация рисунков осуществляется с использованием разделительной точки. Например: «Рис. 1.7.» – седьмой рисунок первого приложения.

### **1.3. Объём курсовой работы**

Общий объем курсовой работы – 30-35 страниц текста:

титульный лист – 1 страница (см. Приложение 2);

содержание – 1 страница (см. Приложение 3);

введение – 2-3 страницы;

1 раздел (теоретический) – 8-9 страниц;

2 раздел (аналитический) – 10-11 страниц;

3 раздел (рекомендательный) – 10-11 страниц;

4 раздел – 3-4 страниц;

список использованной литературы – не менее 30 источников.

**1.4. Оформление курсовой работы**

Курсовая работа по дисциплине «Деловой туризм» оформляется в соответствии с существующими требованиями. Она выполняется на листах бумаги формата А 4, через 1,5 интервала, шрифт Times New Roman, № 14. Между названием раздела, названием подраздела и текстом после названия подраздела – интервал двойной. Поля: верхнее и нижнее – по 2 см, левое – 3 см, правое – 1 см. Таким образом, одна строка должна содержать 60 знаков текста. Нумерация страниц проставляется в правом верхнем углу.

Первая страница введения является третьей страницей работы (после титульного листа и содержания).

Ссылка – важный элемент оформления курсовой работы. Она используется в следующих случаях:

– при прямом цитировании с использованием кавычек;

– если приводится цифровой и иной не общеизвестный материал других авторов;

– при упоминании точек зрения на рассматриваемую проблему тех или иных авторов;

– в случаях упоминания книг, статей, документов и пр.

Ссылка оформляется непосредственно в тексте работы, по окончании смысловой единицы текста (как правило, абзаца, предложения или части сложного предложения). Ссылка оформляется или на источник в целом, или на его часть (страницы). Примеры:

– на источник в целом: [7] (данная книга или статья находится под номером 7 в списке использованной литературы);

– на одну страницу: [7, с.54] (точка зрения приведена на 54-й странице книги или журнала);

– на диапазон страниц: [7, с.54-56];

– на одно из Приложений к курсовой работе: (Приложение 2).

После ссылки ставится тот знак препинания, который необходим по правилам русского языка: точка, запятая, точка с запятой, двоеточие, многоточие.

Разделы курсовой работы должны иметь порядковую нумерацию, например, 1, 2, 3, и т.д. Номер подраздела включает номер раздела и порядковый номер подраздела, разделенные точкой, например, 1.1., 1.2., и т.д. Разделы, так же как введение и список использованной литературы, начинаются с новой страницы. Заголовки помещаются в начале строки, они могут быть выделены шрифтом.

Существует два вида иллюстраций, используемых в курсовой работе – «Рисунок» и «Таблица». К рисункам относят схемы, графики, диаграммы. Рисунки и таблицы имеют отдельную сквозную нумерацию в рамках каждого подраздела. Например: «Рис. 1.2…» – третий рисунок второго подраздела первого раздела. Рисунки сопровождаются названием под рисунком. Слово «Рис.» с номером и названием располагается по центру сразу под рисунком например (рис. 2.2).

Рис. 2.2 - Уровень известности коммерческих банков

Слово «Таблица» и ее порядковый номер (без знака номер) в рамках каждого подраздела пишется справа сверху самой таблицы, затем по центру (строчкой ниже) дается ее название и единица измерения (если она общая для всех граф и строк таблицы). Разрывать таблицу и переносить ее на другую страницу можно только в том случае, если она целиком не умещается на одной странице. При этом на другую страницу переносится заголовок на пример «Продолжение таблицы» (табл. 2.2).

Таблица 2.2 - Характерные черты персонала организации

и их основные переменные в баллах

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Компетентность | Культура | Социально-демографический  признак |
| • Степень подготовленности человека к различным видам деятельности, или знания  • Владение широким классом навыков  • Опыт  • Умение общаться с людьми и т.д. | •Доброжелательность  • Аккуратность  • Вежливость  • Терпимость  • Внимательность  • Эрудиция  • Ответственность и т.д. | • Возраст  • Уровень образования  • Соотношение мужчин и женщин |

Необходимо указывать год, за который приводятся данные, названия и измерители показателей, а также источник, на основе которого составлена таблица. Если таблица целиком заимствована или составлена по нескольким источникам, то под таблицей должна быть ссылка на источник. Авторство не указывается, если таблица составлена исполнителем курсовой работы на основе первичных материалов.

В таблицах можно использовать одинарный интервал, а размер шрифта сократить до 10-12. Названия таблиц и рисунков следует выделять жирным шрифтом. Во всех таблицах и рисунках должны быть проставлены единицы измерения.

### **1.5. Научный руководитель и его обязанности**

В целях оказания студенту теоретической и практической помощи в период подготовки и написания курсовой работы ему назначается научный руководитель.

Студент периодически (по обоюдной договоренности) информирует научного руководителя о ходе подготовки курсовой работы и консультируется по вызывающим затруднения вопросам.

На первом этапе подготовки курсовой работы научный руководитель консультирует студентов в выборе темы, рассматривает и корректирует план работы и дает рекомендации по списку литературы.

В ходе выполнения работы научный руководитель указывает студенту на недостатки аргументации, стиля и т.д. и рекомендует, как их лучше устранить.

К рекомендациям и замечаниям научного руководителя студент должен относиться критически. Он может учитывать их или отклонять по своему усмотрению, т.к. теоретически и методологически правильная разработка и освещение темы, а также качество содержания и оформления курсовой работы целиком и полностью лежат на ответственности студента.

Законченная курсовая работа, подписанная студентом, представляется руководителю на рецензирование не позднее, чем за 10 дней до защиты.

После получения окончательного варианта курсовой работы научный руководитель оформляет рецензию на нее, в которой характеризует актуальность курсовой работы, дает характеристику каждого ее раздела, отмечает положительные стороны и недостатки не устраненные студентом. Излагает свою точку зрения об общем уровне курсовой работы и мотивирует возможность или нецелесообразность представления курсовой работы в защите.

День и время защиты курсовых работ определяет выпускающая кафедра.

К защите студенту необходимо иметь готовую курсовую работу. В процессе защиты студент кратко излагает суть работы и отвечает на вопросы членов комиссии.

### **2. Примерная тематика курсовых работ**

### **по дисциплине «Деловой туризм»**

1. Деятельность органов государственной власти по развитию делового туризма в России.
2. История развития делового туризма в XX-XXI вв.
3. Конгресно-выставочный туризм в России.
4. Инсентив-туризм: особенности развития в России и зарубежных странах.
5. Особенности организации Event-мероприятия.
6. Участие молодежи Нижегородской области в программах делового и образовательного туризма.
7. Международные программы образовательного и делового туризма.
8. Различия в методах и технологиях проведения деловых туров в России и зарубежных странах;
9. Условия, повышающие привлекательность интенсив- туров: (в рамках темы: Способы существенного удешевления туристических поездок; возможность углубления профильных специальных знаний; возможность сочетания учебной деятельности со спортом и другими видами досуговой деятельности; возможность участия в совместных мероприятиях с молодежью из страны пребывания; индивидуальный подход при организации образовательного тура).
10. Интернет-ресурсы и сетевые технологии в развитии и поддержании делового туризма.
11. Пути и формы индивидуализация обслуживания потребителей (пакет услуг) в сфере делового туризма.
12. Стратегии индивидуализации и дифференциации в брендинге образовательного продукта.

ПРИМИЧАНИЕ:

1. Студент имеет право по согласованию с руководителем определить другую тему курсовой работы, соответствующую специальности подготовки.
2. Все работы должны быть написаны «на примере» или «на материалах» какого-либо предприятия.

**Рекомендованная литература**

**а) Основная литература**

Гостиничный сервис: Учебник / Н.Г. Можаева, Г.В. Рыбачек. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.: ил.; 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (ПРОФИль). (переплет) ISBN 978-5-98281-357-2, 1000 экз. Гостиничный сервис: Учебник / Н.Г. Можаева, Г.В. Рыбачек. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.: ил.; 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (ПРОФИль). (переплет) ISBN 978-5-98281-357-2, 1000 экз.

**б) Дополнительная литература**

Сущинская М.Д.Культурный туризм : учебное пособие / М.Д. Сущинская. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.

Организация туристской индустрии и география туризма: Учебник / Н.Г. Можаева, Г.В. Рыбачек. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-91134-828-1, 1000 экз.

Воскресенский, В. Ю. Международный туризм [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «География», «Менеджмент организации», «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / В. Ю. Воскресенский. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 463 с. - ISBN 978-5-238-01456-2.

**в) программное обеспечение и интернет ресурсы:**

Ассоциация делового туризма [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.rbta.ru](http://www.rbta.ru/)

Ассоциации развития агротуризма/Интернет-портал. Все об агротуризме [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.agritourism.ru/news/htm>

Портал «ЮНЕСКО – Наследие» (на русском языке). [Электронный ресурс] Режим доступа: http://heritage.unesco.ru/index.php?id=44&L=9

Сайт Международного комитета по культурному туризму Международного совета по вопросам памятников и достопримечательных мест (ICOMOS International Committee on Cul-tural Tourism).. [Электронный ресурс] Режим доступа: www.icomos.org/tourism/ –

Приложение 1

**Ссылки на источники информации**, из которых были заимствованы те или иные фразы, предложения, результаты и прочее, оформляются в виде цифры, заключенной в квадратные скобки (например, [2] если ссылка на один источник, [3–6] или [3, 5, 6] – если ссылка одновременно на несколько источников), где значение цифры – это порядковый номер соответствующего информационного источника в списке литературы. Список источников оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2008 «Библиографическая запись».

**Образец оформления списка литературы**

**Список литературы**

Ануфриев А.Ф., Костромина С.Н. Решение диагностических задач практическим психологом в системе образования // Вопросы психологии. 2000. N 6. C. 26–37.

Campbell K.J., Collis K.F., Watsn J.M. Visual processing during mathematical problem solving // Educational Studies in Mathematics. 1995. Vol. 28(2). P. 177–194.

Маслоу А. [Maslow A.H.] Мотивация и личность: пер. с англ. 3-е изд. СПб. и др.: Питер, 2008.

Психология индивидуальности: материалы II всерос. науч. конф., Москва, 12–14 нояб. 2008 г. / отв ред. А.К.Болотова. М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2008.

Пример электронной ссылки

Белоус Н.А. Прагматическая реализация коммуникативных стратегий в конфликтном дискурсе [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электрон. научн. журн. 2006. N 4. URL: http://www.tverlingua.by.ru/archive/005/5\_3\_1.htm (дата обращения: 15.12.2007).

Панасюк А.Ю. Имидж: определение центрального понятия в имиджелогии [Электронный ресурс] // Академия имиджелогии. 2004. 26 марта. URL: http://academim.org/art/pan1\_2.html (дата обращения: 17.04.2008).

#### Приложение 2

**Образец оформления титульного листа**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **министерство образования и науки российской федерации** |
| **федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»** |

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ и ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Кафедра сервиса и туризма

**Курсовая работа по дисциплине:**

«Деловой туризм»

На тему: «……………»

Работу выполнил студент

Группы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_И.О. Фамилия

Номер зачетной книжки\_\_\_\_\_

Проверил: ученая степень, ученое звание

(должность) преподавателя

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_И.О. Фамилия

(подписать)

Нижний Новгород, 2016

Приложение 3

Образец оформления содержания работы

**Содержание**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Введение | 3 |
| 1. | Теоретические основы анализа конкурентоспособности | 5 |
| 1.1. | Конкурентоспособность как основа эффективной деятельности организации | 8 |
| 1.2. | Методы оценки конкурентоспособности организации | 11 |
| 1.3 | Нормативно-правовое регулирование конкуренции | 14 |
| 2. | Анализ конкуренции на локальном рынке | 17 |
| 2.1. | Краткая характеристика локального рынка | 20 |
| 2.2. | Конкурентные позиции предприятия на рынке | 23 |
| 2.3. | Анализ комплекса маркетинга предприятия на рынке | 26 |
| 3. | Комплекс мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия на рынке | 29 |
| 3.1. | Мероприятия по усилению слабых сторон и реализации возможностей предприятия на рынке | 32 |
| 3.2. | Проект комплекса маркетинга предприятия на рынке | 35 |
|  | заключение | 36 |
|  | Список использованной литературы | 37 |
|  | Приложения | 38 |