УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О.Ю.Остальцева

**ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ**

для специальности 1-89 02 01-02 Спортивно-туристская деятельность (менеджмент в туризме)

1. Интеллектуальная собственность как фактор развития туризма.
2. Туристский продукт как объект интеллектуальной собственности.
3. Современное состояние и перспективы развития туризма в Республике Беларусь (или в конкретной области Республики Беларусь).
4. Проблемы и перспективы развития агроэкотуризма в Республике Беларусь (или в конкретной области Республики Беларусь).
5. Развитие образовательного туризма в Республике Беларусь.
6. Проблемы и перспективы развития въездного туризма в Республике Беларусь.
7. Проблемы и перспективы развития внутреннего туризма в Республике Беларусь.
8. Проблемы и перспективы развития выездного туризма в Республике Беларусь.
9. Развитие инфраструктуры туризма в Республике Беларусь (или в конкретной области Республики Беларусь).
10. Совершенствование фирменного стиля туристической организации (на примере конкретной туристической организации).
11. Оценка эффективности рекламной деятельности туристической организации (на примере конкретной туристической организации).
12. Оценка финансового состояния туристической организации (на примере конкретной туристической организации).
13. Реклама как базовая составляющая комплекса маркетинговых коммуникаций в туризме.
14. Основные каналы маркетинговых коммуникаций на рынке туристических услуг.
15. Психологический и социальный аспект интегрированных коммуникаций в туризме.
16. Инновационные маркетинговые технологии и инструменты продвижения в туризме.
17. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями на рынке туристических товаров и услуг.
18. Фирменный стиль и брендинг в туризме как основа коммуникаций в гибком маркетинге.
19. Методический инструментарий оценки эффективности рекламных инструментов маркетинговых коммуникаций в туристическом бизнесе.
20. Влияние поведенческой экономики на интегрированные маркетинговые коммуникации в сфере туризма.
21. Оценка конкурентоспособности организации на рынке туристских услуг (на примере конкретной туристической организации).
22. Анализ внешних факторов и их влияние на туристскую сферу (на примере конкретной туристической организации).
23. Проектирование организационной структуры управления туристским предприятием (на примере конкретной туристической организации).
24. Проблемы и перспективы развития спортивного туризма в Республике Беларусь.
25. Деловой туризм: проблемы и перспективы развития в Республике Беларусь.
26. Проблемы и перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в Республике Беларусь.
27. Культурно-познавательный туризм: проблемы и перспективы развития в Республике Беларусь.
28. Проблемы и перспективы развития событийного туризма в Республике Беларусь.
29. Проблемы и перспективы развития экологического туризма в Республике Беларусь.
30. Проблемы и перспективы развития религиозного туризма в Республике Беларусь.
31. Управление персоналом в туристической организации и пути повышения эффективности ее деятельности (на примере конкретной туристической организации).
32. Система методов управления персоналом туристической организации и направления их совершенствования (на примере конкретной туристической организации).
33. Формирование кадровой политики туристической организации и разработка механизма ее реализации (на примере конкретной туристической организации).
34. Разработка кадровой стратегии туристической организации и механизма ее реализации (на примере конкретной туристической организации).
35. Формирование и развитие корпоративной культуры туристической организации (на примере конкретной туристической организации).
36. Совершенствование системы мотивации труда персонала туристической организации (на примере конкретной туристической организации).
37. Совершенствование управления конфликтами в туристической организации (на примере конкретной туристической организации).
38. Мотивация труда работников в туристической организации и пути ее совершенствования в современных условиях (на примере конкретной туристической организации).
39. Разработка стратегии развития туристической организации и механизма ее практической реализации (на примере конкретной туристической организации).
40. Система управления туристической организации: анализ состояния и пути совершенствования (на примере конкретной туристической организации).
41. Повышение эффективности деятельности туристической организации на основе совершенствования кадрового менеджмента (на примере конкретной туристической организации).
42. Совершенствования организации труда персонала туристической организации (на примере конкретной туристической организации).
43. Виртуальные путешествия как направление развития туристской рекламы.
44. Геоинформационные системы в туризме.
45. Интернет-портал, как средство продвижения туристических услуг на рынке.
46. Разработка рекомендаций по совершенствованию систем продвижения и продаж продукции турфирмы через Интернет (на примере конкретной туристической организации).
47. Основные тенденции развития ИТ в индустрии туризма.
48. Электронная коммерция в туризме.
49. Контент-маркетинг как способ продвижения туристического продукта.
50. Договорное регулирование в туристической деятельности.
51. Организационно-правовой аспект функционирования субъектов туристической индустрии (на примере определенного субъекта (группы субъектов) туристической индустрии).
52. Организационно-правовой аспект агроэкотуризма.

Рассмотрен на заседании кафедры от 15.09.2023 г. протокол №2.