

Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Технология и организация операторских и агентских услуг»

1. Оценка конкурентоспособности фирмы на рынке туристских услуг г. Владивостока.
2. Анализ принципов и методов государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации.
3. Организация детского отдыха и оздоровления (на примере конкретного предприятия санаторно-курортного комплекса Приморского края).
4. Традиционная культура коренных народов Дальнего Востока как фактор развития туризма.
5. Обоснование и разработка экологического тура по Дальнему Востоку.
6. Принципы и методы оценки эффективности деятельности туристской фирмы (на примере конкретного предприятия).
7. Историко-культурное наследие г. Владивостока как фактор развития въездного туризма.
8. Разработка и продвижение анимационной программы для базы отдыха (на примере конкретного предприятия).
9. Экскурсионное обслуживание в системе туристского комплекса г. Владивостока.
10. Разработка и документационное обеспечение тура по Транссибу для японских туристов.
11. Культурно-исторический потенциал г. Владивостока как фактор туристской мотивации.
12. Проблемы и перспективы развития внутреннего туристского рынка Приморского края.
12. Событийный туризм как средство развития въездного и внутреннего туризма.
13. Культурно-исторические предпосылки развития взаимодействия России и Китая в сфере туризма.
14. Проблемы и перспективы развития рекреационной деятельности на островах залива Петра Великого.
15. Информационные технологии во взаимодействии туристской фирмы с предприятиями размещения: программы и системы компьютерного бронирования.
16. PR-компании и их роль в формировании имиджа туристской фирмы.
17. Страхование коммерческих рисков туроператорских фирм в Российской Федерации.

18. Атракции и их место в туристской индустрии Приморского края.
19. Обоснование и разработка анимационной программы для предприятий санаторно-курортного комплекса Приморья (на примере конкретного предприятия)
20. Правовое регулирование деятельности туристских фирм в Российской Федерации.
21. Игровой бизнес в Приморском крае: проблемы и перспективы развития.
22. Франчайзинг как стратегия развития туристского бизнеса в России.
23. Правовые аспекты безопасности в сфере туризма.
24. Анализ взаимодействия гостиничных предприятий г. Владивостока с туристскими фирмами.
25. Технология и проблемы организации экологических туров на территории заповедников Приморского края.
26. Управление рисками на предприятии сферы туризма (на примере конкретного предприятия).
27. Особенности формирования ценовой политики предприятия туризма.
28. Республика Корея на рынке туристских услуг Приморского края: современное состояние и перспективы развития.
29. Организация и ведение деловых переговоров в туристском бизнесе.
30. Планирование как функция менеджмента в туризме.
31. Контроль как метод управления персоналом на предприятии туризма и социально-культурного сервиса
32. Оценка эффективности методов мотивации персонала на предприятии социально-культурного сервиса и туризма.
33. Персонал и его роль в повышении качества обслуживания потребителей.
34. Управление персоналом на предприятиях туризма: функции, принципы, методы.
35. Реклама как эффективное средство продвижения туристских услуг.
36. Малые города Приморского края: туризм как возможность диверсификации экономики в современных условиях.
37. Туристские формальности в организации деятельности туристских фирм.
38. Оценка эффективности кадровой политики на предприятии туризма и социально-культурного сервиса.
39. Форум АТЭС как фактор развития делового туризма на территории г. Владивостока.

40. Оценка и управление качеством туристских услуг (на примере конкретного предприятия).
41. Принципы и методы управления спросом на предприятии социально-культурного сервиса и туризма.
42. Русское торговое мореплавание на Дальнем Востоке.
43. Дайвинг в Приморском крае: география и проблемы организации.
44. Оценка качества сервисного обслуживания на предприятиях санаторно-курортного комплекса Приморского края (на примере конкретного предприятия).
45. Роль маркетинговых исследований в ценообразовании и управлении спросом (на примере конкретного предприятия).
46. Фортификационное сооружение «Владивостокская крепость»: история создания и перспективы использования в туристской деятельности.
47. Особенности организации клубного отдыха в г. Владивостоке.
48. Развитие маркетинговой функции на туристском предприятии.
49. Анализ правовых основ взаимодействия туристских фирм с предприятиями размещения.
50. Нормативно-правовое регулирование деятельности туроператорских фирм.
51. Совершенствование организации и технологии обслуживания на предприятиях туризма.
52. Технология продаж туристского продукта: правовые основы и организация деятельности.
53. Оценка эффективности методов стимулирования продаж в туристской индустрии.
54. Обоснование и разработка этнографического тура по Приморскому краю.
55. Спортивно-оздоровительный туризм: проблемы и перспективы развития в Приморском крае.
56. Рынок въездного туризма в Приморском крае: тенденции развития, проблемы и перспективы.
57. История предпринимательства на рынке экскурсионных услуг г. Владивостока.
58. Архитектурное наследие г. Владивостока как фактор туристской мотивации.
59. Анализ рынка спортивно-оздоровительных услуг г. Владивостока.
60. Зимние виды спорта и оздоровления в структуре туристских услуг Приморского края.

61. Стратегическое планирование регионального туроператора.
62. Разработка маркетингового плана турагентской фирмы.
63. Позиционирование туристского предприятия в системе маркетинговых коммуникаций.
64. Политика ценообразования при формировании сбыта (на примере конкретного предприятия).
65. Брендинг профессиональных ассоциаций туроператоров и турагентов в продвижении регионального турпродукта.
66. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия.
67. Сегментирование потребителей: методы, принципы.
68. Формирование программы сбыта в турагентской фирме.
69. Разработка маркетинговой информационной системы (МИС) на туристском предприятии.
70. Стимулирование сбыта на предприятии туризма.
71. Маркетинговые технологии в повышении эффективности деятельности туристского предприятия.