

Приложение 1 к программе ГИА
43.03.01 Сервис
Направленность (профиль) Сервис индустрии
гостеприимства и общественного питания
Форма обучения – очная
Год набора - 2022

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

1.	Кафедра	Сервиса и туризма
2.	Направление подготовки	43.03.01 Сервис
3.	Направленность (профиль)	Сервис индустрии гостеприимства и общественного питания
5.	Форма обучения	Очная
6.	Год набора	2022

Организация работы государственной экзаменационной комиссии и процесс подготовки обучающихся к ГИА построен с учетом регулирующих документов университета:

Порядок проведения государственного экзамена выпускников ФГБОУ ВО «МАГУ» <http://www.masu.edu.ru/files/umu/doc/poryadok-provedeniya-gosekzamena.pdf>
Положение о проведении внутренней независимой оценки качества образования ФГБОУ ВО «МАГУ» <http://www.masu.edu.ru/files/umu/doc/polozhenie-o-provedenii-vnutrenney-noko.pdf>

В ходе государственного экзамена выпускник должен показать сформированность профессиональных компетенций на уровне, соответствующем ФГОС высшего образования по направлению подготовки.

На основе содержания государственного экзамена разрабатываются экзаменационные материалы, которые представляют собой перечень комплексных заданий (вопросов) для проверки готовности выпускников к решению задач профессиональной деятельности в сфере сервиса. Каждый из вопросов и заданий соотносится с типовыми задачами профессиональной деятельности в индустрии сервиса и отражают компетенции, освоенные в ходе изучения дисциплин, модулей, прохождения практик.

Экзаменационный билет включает два кейсовых задания.

Перед государственным экзаменом проводится консультация по его программе и процедуре его проведения. Государственный экзамен принимается государственной экзаменационной комиссией (ГЭК), состав которой утверждается приказом ректора МАГУ.

К сдаче государственного экзамена допускаются обучающиеся, не имеющие академических задолженностей. Обучающийся выбирает экзаменационный билет, время для подготовки ответа отводится в пределах 45 минут. Время ответа обучающегося – до 30 минут. Для подготовки ответов обучающимся выдаются проштампованные листы.

Государственный итоговый экзамен выявляет степень соответствия знаний и умений выпускника требованиям ФГОС ВО, описанным как перечень общекультурных и профессиональных компетенций. Для подготовки к экзамену целесообразно использовать материалы лекционных курсов, рекомендованных учебников и пособий, а также материалов статей профессиональных журналов. В процессе подготовки

рекомендуется выписать ключевые определения, составить план ответа на вопрос и практического задания, в случае необходимости обратиться за консультацией к преподавателю, ведущему дисциплину. Необходимо использовать личный опыт, знания, полученные в ходе различных видов практики, а также дополнительные знания, полученные на научных конференциях и в университетских проектах. Обязательным является посещение консультаций, которые проводятся выпускающей кафедрой.

При построении ответа на вопрос следует оптимизировать материал, то есть учесть необходимость его краткого и доступного изложения, форма презентации ответа может быть построена как «проблема – факты её подтверждения – авторитетное мнение, необходимое для подтверждения проблемы или её решения – модель развития ситуации – собственное суждение по излагаемому вопросу». В русле подтверждения знаний по направлению «Сервис» необходимо использовать сведения и сравнительные данные маркетинговых исследований, работы сервисных предприятий, профессиональных ассоциаций, формирующих стандарты сервисной деятельности по отдельным направлениям и видам. В ходе ответа следует не допускать ошибок в терминологии, алгоритмах проектирования сервисных продуктов, организации обслуживания и работы сервисного предприятия в целом, а также ответ должен отражать правила культуры речи.

Кейсовые задания:

1. Базовые понятия кейса: услуга, модель ценности услуги, продвижение, методы продвижения, программа продвижения.

Составьте программу продвижения услуг для ООО «Визаж для свадьбы». Организация предлагает такие услуги как прическа, макияж и маникюр для торжественных случаев, работает на региональном рынке и имеет ограниченный бюджет для реализации программы продвижения.

2. Базовые понятия кейса: услуга, виды услуг, особенности услуги как товара, ассортимент, ассортиментная политика предприятия сервиса, ширина и глубина ассортимента

В студии-ателье, которое работает в городе, принято решение о расширении деятельности за счет оказания дополнительных услуг. На примере 2-3 базовых услуг предложите дополнительные услуги с учетом профиля потребителей ателье.

3. Базовые понятия кейса: услуга, жизненный цикл товара, этапы жизненного цикла услуги, портфель услуг предприятия сервиса

Салон связи от МТС работает в большом торговом центре, продет услуги из основного набора мобильного оператора, консультирует по настройкам гаджетов. Однако аналитика показала, что число посетителей салона снижается и к текущему моменту достигла критического показателя, когда расходы на содержание салона и доходы сравнялись и могут уйти в отрицательные числа. Предложите программу изучения проблемы и рекомендации по улучшению ситуации.

4. Базовые понятия кейса: качество, качество услуги, показатели качества услуги, показатели качества обслуживания.

Составьте чек-лист оценки услуги питания (на примере ресторана).

Составьте чек-лист оценки обслуживания официантом.

5. Базовые понятия кейса: услуга, проектирование услуги, инструменты для разработки услуги, принципы разработки услуг, процесс разработки услуги.

В фитнес-студии принято решение создать велнес-продукт с включением в его состав элементов арктической кухни. Предложите решения по организации такого продукта.

6. Базовые понятия кейса: нормы труда, виды норм труда, функции норм труда, нормирование труда на предприятии сервиса

В работе сувенирного магазина, который работает в точке с высокой проходимостью туристов (в том числе в позднее вечернее время), для привлечения клиентов используется лозунг «Мы работаем до последнего клиента». С учетом интересов бизнеса определите варианты работы сотрудников, чтобы не было нарушено трудовое законодательство.

7. Базовые понятия кейса: предприятие сервиса, виды предприятий сервиса, этапы проектирования и создания предприятия сервиса, бизнес-планирование предприятия сервиса.

Предприниматель решил создать салон красоты в спальном районе городе. Опишите алгоритм его действий, выберите организационно-правовую форму. Определите риски и преимущества выбора организационно-правовой формы.

8. Базовые понятия кейса: организационная структура управления, виды организационных структур, организационная структура предприятия сервиса

Для подготовки модного показа нужно создать временную команду для организации события. Составьте список необходимых специалистов и предложите форму делового взаимодействия для подготовки и проведения дефиле. Опишите изменения в организационной структуре управления.

9. Базовые понятия кейса: планирование, виды планов, этапы планирования, внутрифирменное планирование предприятия сервиса.

Фирма занимает нишу организации и оформления детских праздников, её работа крайне неритмична, но руководитель не хочет работать с временными работниками, так как команда аниматоров является ключевым ресурсом конкурентоспособности. Предложите решение, чтобы выровнять загрузку и снизить риски работы фирмы.

10. Базовые понятия кейса: кадры, отбор и подбор кадров, понятие профессиональной адаптации сотрудников.

В гостиницу приняты на работу молодые сотрудники после окончания университета, предложите программу профессиональной адаптации с учетом того, что остальные сотрудники полностью загружены своими обязанностями.

11. Базовые понятия кейса: методы управления, виды методов управления, управленческое решение, этапы подготовки управленческого решения.

Вы утверждены начальником отдела предприятия. С коллективом отдела вы не знакомы, но предварительно информированы о ситуации, сложившейся на данный момент. Завтра Вы непосредственно приступите к выполнению своих служебных

обязанностей и должны к этому подготовиться. Разработайте план первого рабочего дня.

12. Базовые понятия кейса: стили управления, методы управления, конфликт, методы управления конфликтами, стили поведения руководителя в конфликте.

Какой оптимальный стиль лидерства предполагает ситуация:

- бытовой ссоры между сотрудниками;
- конфликта между работниками по поводу выполнения рабочих задач, которые связаны между собой;
- директора гостиницы, поставленного в кризисную ситуацию из-за текучести кадров;
- руководителя отдела маркетинга в случае сокращения объемов продаж и активности конкурентов.

На чем основывается выбор в каждом конкретном случае?

13. Базовые понятия кейса: задачи, полномочие, делегирование, ответственность, виды полномочий, иерархия, принцип единоначалия.

Вы являетесь руководителем службы бронирования. Ваш руководитель, минуя Вас, дает срочное и неотложное поручение сотруднику Вашего отдела. Это происходит уже не в первый раз. Как Вы поступите в этом случае?

14. Базовые понятия кейса: услуга, жизненный цикл товара, этапы жизненного цикла услуги, портфель услуг предприятия сервиса

У вас туристическое агентство, продававшее по большей части путешествия за границу, в связи со сложной политической ситуацией продажи туров за границу значительно упали. У Вас уволился ключевой менеджер. Ваши действия?

15. Базовые понятия кейса: менеджмент, функции менеджмента, стили управления, методы управления.

У Вас успешное туристическое агентство с многолетней историей успеха. Ваш заместитель увольняется и открывает свое собственное агентство. Ваши действия? Вы узнаете, что Ваши подчиненные намереваются уволиться. Как Вы поступите в этой ситуации.

16. Базовые понятия кейса: пространство контакта, процесс контакта между клиентом и исполнителем, содержание контакта, контактная зона, классификации клиентов.

Часто, получая какую-то услугу, клиент пытается еще «выговориться», рассказать о своих проблемах. У специалиста, который сопровождает продажу, в данный момент нет времени на «разговоры». Как он должен поступить в данной ситуации, чтобы клиента не «отпугнуть», не обидеть его? Предложите свои варианты.

17. Базовые понятия кейса: потребности, эмоции, факторы, влияющие на эмоции клиентов, потребительская среда в сфере услуг, клиенты потребительского рынка, институциональные потребители.

Психологи обнаружили, что среди факторов, возбуждающих эмоции, первое место заняла музыка, второе – трогательные сцены из кинофильмов и литературных произведений. Музыкальная психотерапия чрезвычайно действенна для реактивных состояний. Где, в каких видах сервиса можно использовать применение музыки? Какую музыку? Приведите примеры.

18. Базовые понятия кейса: имидж фирмы, деловая этика, социальная ответственность бизнеса, морально-этические качества специалиста сферы сервиса, деловой этикет.

Хорошая репутация приобретается годами, а утратить ее можно мгновенно и зачастую из-за пустяка. В сервисе есть золотое правило: заботься о своих клиентах, а рынок позаботится о тебе. Что важно для репутации и что может ее уничтожить? Приведите примеры. Например, «Дженерал Моторс» однажды истратила 3,5 млн. долларов на одни только почтовые расходы, но пошла на это, чтобы предупредить 6,5 млн владельцев автомобилей о дефектах в креплении двигателей. Так создавалась профессиональная репутация производителя. Какие еще факты вам известны?

19. Базовые понятия кейса: физиологические потребности, социальные потребности, интеллектуальные потребности, духовные потребности, общественные потребности, факторы, влияющие на покупательское поведение, специфические аспекты покупки услуг.

Мы часто совершаем разнообразные покупки. Для принятия решения о некоторых покупках нам требуется много времени, некоторые покупки совершаются достаточно быстро. Приведите примеры приобретения дорогостоящего и недорогого товара. Сравните поведение потребителя в том и другом случае. Опишите схему действий потребителя при принятии решения о покупке товара. Какие характеристики товара он будет принимать во внимание? Опишите конкретную ситуацию и схему принятия решения о покупке.

20. Базовые понятия кейса: характеристики услуг (неосязаемость, отсутствие владения, неотделимость от источника, непостоянство качества услуг, несохраняемость или недолговечность), отличие услуги от материально-вещественного товара.

В некоторых случаях услугу очень сложно визуализировать. Справедливо это в отношении, например, банковских и финансовых услуг. В этом случае компании сферы услуг стараются представить потребителю подсказки, позволяющие оценить полезность и качество услуги. Какие способы визуализации услуг существуют? Представьте, что Вы владелец туристического агентства. Предложите способы визуализации услуг Вашего агентства.

21. Базовые понятия кейса: новые технологии, информационные технологии, компьютерные технологии, телекоммуникационные технологии, когнитивные технологии, инструментальные технологии, прикладные технологии, коммуникативные технологии.

Важнейшим направлением развития сферы услуг является повышение качества обслуживания. Вместе с тем, повышение качества сервисных продуктов и развитие сервисной деятельности требуют привлечения дополнительных инвестиций, в том

числе и в развитие информационных технологий. Опишите основные направления развития информационных технологий сервисного предприятия. Почему в сфере услуг не прослеживается связь между затраченными инвестициями в информационные технологии и производительностью труда?

22. Базовые понятия кейса: работа в контактной зоне, пространство контакта, процесс контакта между клиентом и исполнителем, содержание контакта работа с жалобами потребителей, принципы эффективного решения конфликтных ситуаций. Подача жалобы на обслуживающий сервис или реализуемые продукции – это законное право потребителя. Пользоваться им или нет – каждый решает сам. Но подача жалобы может негативно отразиться на репутации исполнителя услуги. Какие цели преследуют потребители, подающие жалобы на плохое обслуживание? Какие действия должен в этой ситуации предпринять исполнитель услуги? Как вести себя с недовольным клиентом?

23. Базовые понятия кейса: конкуренция, конкурентоспособность, существующие конкуренты, потенциальные конкуренты, услуги-заменители, стратегии создания конкурентных преимуществ. Выберите услугу, с которой вы хорошо знакомы и оцените ее качество и конкурентоспособность в рамках сравнительного анализа сервисной деятельности двух однопрофильных предприятий. Опишите ожидания потребителя и степень удовлетворенности их сервисом.

24. Базовые понятия кейса: социальное назначение услуги, требования функциональной пригодности услуги, безопасность услуги, эргономические требования к услуге, эстетические требования, экологичность услуги, технологичность услуги, методы определения величины показателей качества. Представьте себя в роли проверяющего работу предприятий сферы услуг. Опишите критерии, по которым вы будете оценивать их качество сервиса и услуг. Можете ли вы определить степень удовлетворенности или неудовлетворенности клиентов, если да, то как?

25. Базовые понятия кейса: зависимость спроса на различные услуги от пола, возраста и индивидуальных особенностей клиентов, образа жизни, вкусов, ожиданий и требований, разные психотипы клиентов. Выберите фирму, предоставляющую услуги, направленные на потребителя. Разработайте стратегии поведения персонала с разными психотипами клиентов в процессе выбора и покупки услуг или товаров.

26. Базовые понятия кейса: услуга, ассортимент услуг, сервисное сопровождение мероприятия, МІСЕ-индустрия, техническое задание, коммерческое предложение. Пансионат «Сосновая роща» расположен в 120 км от мегаполиса на берегу озера, поэтому на его площадках часто проводят деловые мероприятия (конференции, образовательные программы, выставки-презентации), для этого есть всё необходимое современное оборудование, в структуре пансионата есть подразделение «МІСЕ-центр»,

где работают специалисты, организующие бизнес-мероприятия. Корпорация «Импульс» намерена провести выездной корпоративный семинар для региональных представителей, на котором планируется мультимедийная выставка продукции, обучающая сессия и культурная программа. Разработать техническое задание от имени корпорации «Импульс» для заказа услуг пансионата «Сосновая Роща» и определить точки контроля исполнения заказанной услуги.

27. Базовые понятия кейса: услуга, классификации услуг, производственные услуги, распределительные услуги, социально-профессиональные услуги, потребительские услуги, социальные услуги, формы обслуживания, методы обслуживания. Составьте список, как минимум из 10 услуг. Разделите их на категории с учетом типа сервисного процесса. В каких случаях клиент может заменить физическое посещение места оказания услуги удаленным способом обслуживания? Каким образом клиенты выбирают предприятие сервиса, что является для них главным?

28. Базовые понятия кейса: услуга, сервисный пакет, уровень сервиса, «упаковка» услуги, деловое мероприятие.

Ресторан «Созвездие» активно работает с партнёрами по организации питания на своей площадке и кейтеринга для деловых мероприятий. Обычно это сборные заказы, когда проходит согласование меню и времени обслуживания, но в условиях усиления конкуренции было принято решение о создании гастрономических пакетов «Арктический завтрак» (заказ для деловых мероприятий), «Арктический пикник» (выездное обслуживание) и «Холодный ужин» (упаковка арктических специалитетов, не требующих разогревания, в фирменном ланчбоксе). С точки зрения организации, это комплексные услуги ресторана, поэтому необходимо выстроить цепочку контактов от заказа до завершения услуги, при этом каждое из предложений имеет форму «стандарт» и «премиум» не только по составу еды, но и по комплексу основных и дополнительных услуг. Выделите целевые группы для гастрономических сервисных пакетов, указанных в кейсе. Предложите состав основных и дополнительных услуг для указанных сервисных продуктов.

29. Базовые понятия кейса: услуга, обслуживание, контактная зона, продолжительность обслуживания, заказ услуги.

Фирма-мастерская «Золотая нить» специализируется на машинной и ручной вышивке, к ней обращаются как частные лица, так и организации. У фирмы есть сайт с возможностью выбора продукта и оплаты заказа онлайн. Однако, в связи со спецификой предмета заказа – вышивки, в том числе, по индивидуальному рисунку – клиенты предпочитают делать заказ непосредственно в мастерской. Поэтому актуальна задача усовершенствовать контактную зону фирмы. В настоящее время заказы принимают два менеджера (сменная работа по графику) в помещении 15 кв.м, на стенах представлены образцы работ, действует телевизор с большой диагональю экрана, есть стол и кресла для переговоров по заказу. Офис расположен рядом с помещением-складом 30 кв.м, в котором нет окон, но есть отдельный выход на улицу. Предложить решения по продуктивной организации контактной зоны для фирмы-мастерской. Предложить решения для гибридного оформления заказа в контактной

зоне. Оценить возможность использования контактной зоны фирмы «Золотая нить» для продвижения продукции и компетенций фирмы.

30. Базовые понятия кейса: профессиональные компетенции, мотивирование и стимулирование, повышение квалификации, инновации в сервисе, сертификация персонала (в сфере услуг).

Салон красоты «Беатрис» является успешным предприятием, расположен недалеко от крупного бизнес-центра, университета, выставочного комплекса, поэтому его услуги востребованы у потребителей с высокими запросами на технологическое качество, инновации в эстетике, а также удобство в организации обслуживания. Руководство предприятия активно брендирует работу салона, рекламируя модные практики, тренды в применении профессиональной косметики и т.п. Это накладывает обязательства по развитию умений и навыков персонала. Однако, в связи с внешними обстоятельствами, мастера салона не могут часто выезжать на обучение, поэтому было принято решение об организации корпоративных мастер-классов на площадке салона, а также разработать программу стимулирования для тех сотрудников, которые системно будут проходить онлайн-обучение. Сделайте аргументированный выбор в пользу корпоративных мастер-классов или программы дистанционного обучения для сотрудников салона «Беатрис». Предложите программу обучения, которая будет полезна сотрудникам салона с учетом ожидаемого спроса на новый уровень услуг со стороны клиентов.

31. Базовые понятия кейса: профессиональные компетенции, мотивирование и стимулирование, повышение квалификации, инновации в сервисе, сертификация персонала (в сфере услуг).

Фирма «Хрустальная тифелька» является сервисным предприятием, которое организует выпускные вечера, свадьбы, праздничные мероприятия выездного характера. В структуре ресурсов фирмы есть офисное помещение, многофункциональное помещение по типу коворкинга, собственный автопарк и его водители (два микроавтобуса на 19 человек, два автомобиля премиум класса), костюмерный цех, где работают дизайнер, швея, костюмер, мультимедиа студия, где работают фотограф, видеомонтажеры (монтируют сюжеты, выполняют художественную съёмку, видеоролики для клиентов). В штате фирмы есть два сценариста, маркетолог. Мероприятия по заказам проводятся как проекты – дополнительно набирают команду, закупают услуги у партнёров. Фирма показывает устойчивые результаты работы, высокую узнаваемость на локальном рынке. В русле стратегии развития был поставлен вопрос о целесообразности введения такой новой услуги как «Свадебный танец». Обосновать решение о необходимости, возможности, рисках внедрения новой услуги для данной конкретной фирмы. В случае положительного решения запишите состав сервисного пакета «Свадебный танец».

32. Базовые понятия кейса: услуга, свойства услуги, потребитель услуги сегмента B2B, оказание (предоставление) услуги, качество услуги, контроль качества услуг.

Салон-магазин «Загадки цветов» как магазин ведет активную продажу цветочной продукции, декоративной рассады, сопутствующей сувенирной продукции. В ассортименте услуг фирмы как салона ведутся мастер-классы по флористике, миникурс

«Составитель букетов» (мастера-фрилансеры), предоставляются услуги для организации цветочных фотозон для сюжетной фотосъемки. В целом работа салона была успешна, но за последние 6 месяцев на 30% снизились продажи услуг для фотографов и на 65% курса «Составитель букетов». Администрация провела анализ ситуации, который показал, что из-за несогласованности графика предоставления помещения часть клиентов не смогли решить свои задачи. При этом возникло понимание, что работа продавца цветов и менеджера-диспетчера по приемке заказов плохо совмещается, здесь много ошибок в записях, который ведется в электронном журнале в формате EXCEL. Руководство фирмы приняло решение о разработке шагов по улучшению качества предоставляемых услуг. Предложите программу повышения согласованности загрузки работы салона и обеспечения качества услуг. Предложите форму контроля текущей ситуации в бизнесе, которая позволяет быстро реагировать на ошибки управления. Определите элементы программы лояльности для потребителей, которые позволят заинтересовать партнеров сегмента B2B в развитии качества услуг салона «Загадки цветов».

Методические рекомендации к выполнению выпускной квалификационной работы

Положение «О выпускной квалификационной работе в ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет» (далее – Положение) регулирует вопросы подготовки, оформления, проверки содержания на наличие незаконных заимствований, защиты, хранения и списания выпускных квалификационных работ студентов, обучающихся по программам бакалавриата, магистратуры, специалитета в ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет» (далее – ФГБОУ ВО «МАГУ», МАГУ, Университет), в том числе его филиалах.

<http://www.masu.edu.ru/files/umu/doc/polozhenie-o-vkr.pdf>

Бакалаврская работа предоставляется в печатном виде (один экземпляр). Текст работы размещается на белых листах формата А4 с одной стороны. К печатному варианту прилагается электронный вариант бакалаврской работы (на компакт-диске). Текст бакалаврской работы должен быть сохранен в формате RTF или DOC одним файлом и назван только по фамилии дипломника. Электронный вариант работы должен быть полностью идентичен печатному экземпляру. Электронный носитель прикрепляется к печатному варианту работы в конверте с боковой перфорацией.

Объем бакалаврской работы: 65-90 страниц, без учета приложений.

Бакалаврская работа должна иметь следующую структуру:

Титульный лист.

Содержание.

Введение (2-3 страницы) – указывается: актуальность темы исследования, объект и предмет исследования; гипотеза исследования (положения, выносимые на защиту); цель, задачи, методы исследования; практическая значимость, апробация исследования.

Глава 1.

Теоретический раздел, состоящий из 2-4 параграфов (15-20 страниц). Содержит систематизированное изложение теоретических, концептуальных положений по выбранной теме. Для формирования материалов главы целесообразно использовать монографии, научные публикации, материалы конференций, нормативно-правовые документы, программные документы в сфере сервиса, предпринимательства в креативных индустриях. В результате систематизации материалов должно сложиться понимание сути изучаемой темы, существующих здесь проблемах и противоречиях, в итоге должно быть сформировано концептуальное понимание для практического

самостоятельного исследования, реализуемого во второй главе. Теоретическая глава опирается на развернутую библиографию по теме ВКР, все источники, упомянутые в главе должны получить ссылку и запись в общем списке литературы.

Глава 2. Аналитическое исследование.

Глава состоит из 2-3 параграфов (25-30 страниц). Данная глава представляет собой результаты анализа конкретных практических данных, ситуаций, предмета исследования. Целесообразно в этой главе изложить методику анализа, описать совокупность данных, которые лежат в основе исследования. Аналитическая глава дает описание стартового уровня проблемы для проектной (рекомендательной) части выпускной квалификационной работы.

Глава 3. Индивидуальная разработка.

Состоит из 2-3 параграфов (20-30 страниц). Содержит предложения, проект, сервисный продукт или конкретные рекомендации, направленные на совершенствование объекта бакалаврской работы. При написании практической главы следует самостоятельно разработать предлагаемые мероприятия. Также обязательно должны быть представлены таблицы, графики, схемы, диаграммы и другой иллюстративный материал. Выводы и рекомендации, сделанные на основе третьей главы, входят органичной частью в заключение бакалаврской работы.

Наиболее удачным представляется решение, если глава представляет собой разработку в виде тематического проекта (авторского проекта), а также представлена процедура апробации, прогнозная оценка реализуемости проекта.

Заключение.

Включает в себя результаты бакалаврской работы и сделанные на их основе выводы (2-4 страницы). Выводы по работе должны отражать проблемы, указанные во введении и исследовательской части работы. Категорически не допускается использование теоретических извлечений из учебников или пространственных предложений из различных источников. Практические результаты второй и третьей главы должны быть соотнесены с целью и задачами бакалаврской работы, сделан вывод о продуктивности проведенного исследования.

Список литературы.

Должен содержать все источники, которые были использованы в бакалаврской работе, рекомендуется соблюдать баланс числа публикаций электронных и печатных носителей информации. Общее число источников обычно составляет 25-35 наименований (нормативные документы, монографии, научные публикации, хрестоматии и издания, содержащие материалы первоисточников, публикации электронных библиотек, официальных порталов и т.п.). В источниках может быть указана статья обучающегося-автора бакалаврской работы, если она соответствует исследуемой теме.

Приложения.

Представляют собой материалы, дополняющие основной текст работы (большие таблицы, графики, диаграммы, иллюстрации, карты и т.п.). На каждое из приложений необходимо сделать ссылку в тексте (приложение N).

Рекомендации по организации работы

Выбор темы – тема выбирается из предложенной кафедрой тематики выпускных квалификационных работ. Предложенные темы из списка не являются окончательными вариантами темы, они могут быть уточнены (расширены, переформулированы) с учетом специфики конкретной проблемы исследования. Студент может предложить собственную тему в зависимости от своих научных и практических интересов, тема будет утверждена, если она соответствует содержанию профессиональной подготовки по направлению «Сервис», актуальна для современного этапа развития отрасли.

Работа с научным руководителем – руководитель выпускной квалификационной работы назначается выпускающей кафедрой из числа преподавателей университета. В его обязанности входит:

- разработка плана-задания на преддипломную практику с учетом темы выпускной квалификационной работы и оценка качества ее прохождения;
- консультация обучающегося по разработке плана исследования;
- консультация по подбору литературы, группировке и обобщению материала выпускной квалификационной работы;
- консультации по выбору и применению методов, методик исследования, расчетов, моделирования, описания данных;
- контроль качества выполненной работы (содержательный и нормативный);
- написание отзыва на бакалаврскую работу, рекомендующего данную работу к защите перед комиссией.

Самостоятельная работа – ведущий вид деятельности обучающегося в ходе подготовки выпускной квалификационной работы, которая представлена следующими видами деятельности:

- работа с нормативно-правовыми и научными источниками, периодическими изданиями для выявления теоретических и нормативных оснований исследования по теме выпускной квалификационной работы;
- анализ состояния проблемы и выявление характеристики объекта исследования на основании статистических, демографических, финансовых и других данных;
- определение организационных, экономических и человеческих ресурсов для разработки предложений и рекомендаций по итогам исследования;
- проведение под руководством научного руководителя необходимых практических исследований и разработок в рамках темы (анкетирование, опросы, формирование и апробация рекомендаций, расчета разделов проекта и т.п.);
- обобщение и систематизация материала исследования;
- разработка предложений по совершенствованию деятельности сервисного предприятия;
- формулирование заключительных выводов;
- оформление работы (в том числе подготовка наглядного материала, электронных презентаций и т.п.);
- подготовка доклада для защиты выпускной квалификационной работы.

Сроки выполнения выпускной квалификационной работы – конкретные сроки устанавливаются приказом по университету, рабочий график итоговой аттестации разрабатывает кафедра совместно с администрацией факультета и доводит до сведения студентов в начале учебного года.

Допуск к защите перед аттестационной комиссией.

По графику до итоговой аттестации проходит заседание кафедры по предварительному рассмотрению выпускной квалификационной работы, к этой дате работа должна быть готова практически в полном объеме (более 80%). Кафедра рассматривает бакалаврскую работу при наличии положительного отзыва от научного руководителя. Процедура проходит в присутствии обучающегося, которому предоставляется возможность представить свою работу и ответить на уточняющие вопросы комиссии. В ходе заседания кафедра оценивает:

- соответствие содержания выпускной квалификационной работы заявленной теме и рациональность структуры работы;
- обоснованность использования научных и практических источников, которые должны отражать современные подходы в оценке состояния отрасли и тенденций ее развития;
- соответствие содержания работы квалификационным требованиям, предъявляемым в рамках подготовки специалиста индустрии сервиса;
- реалистичность самостоятельных выводов и предложений авторы работы;

- качество оформления работы с точки зрения делопроизводства;
- наглядный материал к выпускной квалификационной работе;
- презентацию работы (рациональность изложения содержания ВКР, четкость формулировок и речевых конструкций, риторические приемы и т.п.).

По итогам заседания кафедра выдвигает рекомендации по повышению качества организации материалов выпускной квалификационной работы, уточнению выводов и формулировок, делает замечания по оформлению работы и представленному докладу. Кафедра устанавливает сроки исправления замечаний. В целом кафедра принимает решение о допуске (недопуске) работы к защите перед экзаменационной комиссией и выносит решения:

- а) выпускная квалификационная работа допущена к защите;
- б) выпускная квалификационная работа допущена с замечаниями и рекомендациями к устранению недостатков (устанавливается срок устранения недостатков);
- в) выпускная квалификационная работа не допущена (дается развернутое заключение о недопуске).

По результатам предзащиты оформляется протокол.

Кафедра может принять решение о повторном заседании с целью рассмотрения вопроса о допуске выпускной квалификационной работы или такое решение принимает заведующий кафедрой при условии, что в работах, представленных повторно замечания и недостатки устранены полностью.

Предзащита может быть организована:

- в рамках научно-практической конференции студентов МАГУ и других вузов;
- в рамках защиты исследовательских и бизнес-проектов;
- на заседании выпускающей кафедры;
- на заседаниях внешних объединений работодателей города и области и др.

Выпускная квалификационная работа может быть рекомендована для участия в конкурсе исследовательских и практико-ориентированных работ, проводимых государственными или общественными организациями.