

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра "Сервис, туризм и торговое дело"

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«20» января 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.О.12 Инновационная деятельность в индустрии гостеприимства

Направление подготовки/специальность: 43.03.02 - Туризм

Профиль/направленность/специализация: Организация и управление предприятиями индустрии туризма и гостиничного хозяйства

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2019

Авторы программы:

Доктор экономических наук, профессор Кузнецов Игорь Анатольевич

Кандидат экономических наук, доцент Шевяков Александр Юрьевич

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 - Туризм (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 516).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры "Сервис, туризм и торговое дело" «12» января 2021 г. Протокол № 5

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «20» января 2021 г. № 5.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	4
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	36
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	38
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	38

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- организационно-управленческий
- сервисный

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр. в сферах: оказание туристских, экскурсионных услуг населению и иных услуг необходимых для организации и реализации путешествий; формирование, продвижение и реализация туристского продукта; деятельность объектов туристской инфраструктуры и туристских сервисов; проектирование в туризме)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения														
		Очная (семестр)							Заочная (семестр)							
		2	3	4	5	6	7	8	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Преддипломная практика							+								+
2	Технология и организация туристской деятельности и гостиничного хозяйства	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Инновационная деятельность в индустрии гостеприимства» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 43.03.02 - Туризм.

Дисциплина «Инновационная деятельность в индустрии гостеприимства» изучается в 6 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 7 з.е.

Очная: 7 з.е.

Заочная: 7 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	252	252
Контактная работа	110	24
Лекции (Лекции)	40	12
Практические (Практ. раб.)	70	12
Самостоятельная работа (СР)	104	217
Курсовая работа	2	2
Экзамен	36	9

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
6 семестр								
1	Инновационный менеджмент как особый тип управления. Принципиальная структура инновационной деятельности. Эволюция технологических укладов	6	2	9	1	11	27	Собеседование; Опрос; Реферат
2	Инновационная политика российского общества в условиях рыночной экономики	6	1	8	2	13	27	Кейс; Опрос; Собеседование; Доклад; Тестирование
3	Инновационные процессы в индустрии гостеприимства	4	2	8	1	13	27	Опрос; Собеседование; Доклад; Тестирование
4	Инновационный проект и его реализация в индустрии гостеприимства	4	1	9	2	13	27	Опрос; Собеседование; Доклад; Тестирование

5	Использование новой техники и технологий в индустрии гостеприимства	5	2	9	1	13	28	Опрос; Собеседование; Доклад; Тестирование
6	Использование новых ресурсов в индустрии гостеприимства	5	1	9	2	14	27	Опрос; Собеседование; Доклад; Тестирование
7	Инновации в организации производства и потребления туристских услуг и гостиничного хозяйства	5	2	9	1	13	27	Опрос; Собеседование; Доклад; Тестирование
8	Стратегии развития бизнеса в индустрии гостеприимства на базе новых технологий	5	1	9	2	14	27	Опрос; Собеседование; Доклад; Тестирование

Тема 1. Инновационный менеджмент как особый тип управления. Принципиальная структура инновационной деятельности. Эволюция технологических укладов (ОПК-1)

Лекция.

Понятия «инновации», «нововведение», «новаторство», «инновационная деятельность», «инновационная инфраструктура». Инновации – эффективный метод рыночного хозяйствования. Понятие и содержание инновационных процессов. Инновации и их воздействие на хозяйственно-производственный процесс. Исследования и разработки инновационных процессов в туризме. Сущность и содержание эпистемологии как теории познания прогнозирования нововведений.

Практическое занятие.

1. Онтологический и телеологический подход к динамике инноваций.
2. Инновации как отражение экономических взаимоотношений между покупателями и продавцами.
3. Экстраполяция темпов появления инноваций при данном уровне финансирования и спроса.
4. Мотивация инноваций.
5. Жизненный цикл инноваций.

Задания для самостоятельной работы.

1. Понятия «инновации», «нововведение», «новаторство».
2. Понятие и содержание инновационных процессов.
3. Жизненный цикл инноваций.
4. Инновационный менеджмент как система управления инновациями.
5. Предмет, цели, задачи инноватики.
6. Исследования и разработки в развитии инновационного менеджмента в области сервиса и туристского бизнеса.

Тема 2. Инновационная политика российского общества в условиях рыночной экономики (ОПК-1)

Лекция.

Инновации как эффективный метод рыночного хозяйствования. Факторы проявления интереса туристских предприятий к инновациям. Содержание и направленность инновационной политики российского общества. Государственные системы, участвующие в инновационном процессе в сфере туризма.

Практическое занятие.

1. Научно-производственные объединения как звено коммерциализации науки, инновационного предпринимательства в туризме.
2. Основные подходы к формированию и реализации инновационной политики в российском обществе.

Задания для самостоятельной работы.

1. Основные подходы к реализации научно-технической стратегии в российском обществе.
2. Система государственных учреждений участвующих в инновационном процессе.
3. Научно-технологический парк инновационного предпринимательства.

Тема 3. Инновационные процессы в индустрии гостеприимства (ОПК-1)

Лекция.

Понятие и сущность инновационных процессов в туризме. Структура инновационного процесса. Специфика содержания инновационных процессов в туризме. Инновационный процесс как инновационная деятельность субъекта системы туризма. Определение основной идеи инновации, цели и задачи.

Практическое занятие.

1. Техничко-экономическое обоснование идеи инновации.
2. Маркетинговые исследования.
3. Продвижение и диффузия инноваций.
4. Каналы продвижения и основные методы продажи инновации.
5. Экономическая эффективность инноваций.
6. Приемы инновационного управления в туризме.

Задания для самостоятельной работы.

1. Понятие и сущность инновационных процессов в сервисе и туризме.
2. Структура инновационного процесса.
3. Специфика содержания инновационных процессов в сервисе и туризме.
4. Определение основной идеи инновации, цели и задачи.
5. Каналы продвижения и основные методы продажи инновации.
6. Экономическая эффективность инноваций.

Тема 4. Инновационный проект и его реализация в индустрии гостеприимства (ОПК-1)

Лекция.

Основные фазы цикла инновационного проекта. Прединвестиционная фаза как основа для последующих фаз инновационного цикла. Три уровня прединвестиционных исследований. Факторы, определяющие стоимость ТЭО. Инвестиционная фаза. Цели оценки проекта: подтверждение, опровержение. Производственная фаза инновационного цикла. Инвестиционная экспертиза. Финансовое планирование для инвестиционной фазы. Формы отчета о результатах финансовой деятельности при анализе проекта. Форма отчета о движении денежных средств.

Практическое занятие.

1. Цели осуществления инновационного проекта в туризме.
2. Виды инновационных проектов в туризме и методы их планирования.
3. Бизнес-планирование и прогнозирование инновационных проектов в туризме.
4. Критерии эффективности реализации инновационных проектов в туризме.

Задания для самостоятельной работы.

1. Содержание, цели и задачи инновационных проектов в туризме.

2. Виды инновационных проектов в туризме.
3. Методы планирования и прогнозирования инновационных проектов в туризме.
4. Бизнес-планирование.
5. Особенности реализации инновационных проектов в туризме.

Тема 5. Использование новой техники и технологий в индустрии гостеприимства (ОПК-1)

Лекция.

Глобальные системы компьютерного бронирования и резервирования - новые возможности и новые проблемы. Amadeus - цели и задачи. Продукты и услуги. Amadeus АВИА, Amadeus - гостиницы, Amadeus - АВТО. GDS Galileo. GDS Word Span - основные этапы развития. АСУ «Эдельвейс». Корпоративная сеть резервирования Best Eastern Hotels. Технология «Клиент-Сервис».

Практическое занятие.

1. Виртуальный туризм.
2. Центры исследований и разработка для внедрения новшеств и сбора коммерческой информации.
3. Московская международная выставка «Туризм и путешествия» (МЈТТ) как один из центров внедрения новшеств и сбора коммерческой информации.

Задания для самостоятельной работы.

1. Глобальные компьютерные сети.
2. Системы компьютерного бронирования и резервирования - новые возможности и новые проблемы.
3. Виртуальный туризм.
4. Центры исследований и разработка для внедрения новшеств и сбора коммерческой информации.

Тема 6. Использование новых ресурсов в индустрии гостеприимства (ОПК-1)

Лекция.

Понятие и сущность ресурсов. Непосредственные и косвенные ресурсы. Экономическая и технологическая оценка природных и историко-культурных ресурсов. Методы изучения природных и историко-культурных ресурсов. Размещение населения как фактор использования новых ресурсов. Влияние промышленности, сельского хозяйства, строительной индустрии транспорта на использование новых ресурсов в туризме. Факторы развития туризма на основе использования новых ресурсов.

Практическое занятие.

1. Понятие и сущность ресурсов.
2. Непосредственные и косвенные ресурсы.
3. Методы изучения природных и историко-культурных ресурсов.
4. Размещение населения как фактор использования новых ресурсов.
5. Факторы развития туризма на основе использования новых ресурсов.

Задания для самостоятельной работы.

Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию определите спрос на новые природные и историко-культурные ресурсы и разработайте план стратегии использования новых ресурсов в туризме.

Тема 7. Инновации в организации производства и потребления туристских услуг и гостиничного хозяйства (ОПК-1)

Лекция.

Расширение масштабов деятельности предприятий в сфере туризма. Туристские фирмы - гиганты (корпорации) и сферы их деятельности. Виды корпоративных объединений в туризме. Цель объединения и особенности организации корпораций. Формы корпоративных объединений.

Практическое занятие.

1. Виды корпоративных объединений в туризме.
2. Цель корпоративных объединений и особенности организации корпораций.
3. Формы корпоративных объединений в туризме.
4. Франчайзинговые объединения: преимущества и недостатки.
5. Формы участия в холдинговых компаниях организаций туризма.

Задания для самостоятельной работы.

1. Корпоративные объединения на российском рынке: «Аэрофлот Тур Групп», ВАО «Интурист», «Ланта-Тур» и «Нико-турс» и др.
2. Франчайзинговые объединения: преимущества и недостатки.
3. Формы участия в холдинговых компаниях.
4. Кадровая политика корпоративных объединений

Тема 8. Стратегии развития бизнеса в индустрии гостеприимства на базе новых технологий (ОПК-1)

Лекция.

Особенности туристских услуг как объект купли-продажи. Рынок туристских услуг. Особенности инфраструктуры рынка туристских услуг. Методы сбыта туристских услуг. Выявление потенциальных потребителей. Разработка сбытовых мероприятий. Создание дополнительных информационных систем.

Практическое занятие.

1. Природа услуг.
2. Особенности услуг в туризме.
3. Особенности инфраструктуры рынка услуг.
4. Методы сбыта услуг туризме.
5. Выявление потенциальных потребителей.

Задания для самостоятельной работы.

1. Внедрение электронного бизнеса.
2. Использование более экономичных каналов связи с компаниями и целевыми рынками.
3. Управление взаимоотношениями с потребителем через потребительский маркетинг (Customer Relationship Management – CRM).
4. Электронная торговля как инновационная форма рыночных отношений, основанная на применении новейших телекоммуникационных технологий.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

6 семестр

- текущий контроль – 64 балла
- контрольные срезы – 2 среза по 3 балла каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мак. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
--------	------------------------------------	---------------------------------	--------------------	--------------------------------------

1.	Инновационный менеджмент как особый тип управления. Принципиальная структура инновационной деятельности. Эволюция технологических укладов	Собеседование	1	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Опрос	1	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала
		Реферат	3	3 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 2 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает
2.	Инновационная политика российского общества в условиях рыночной экономики	Кейс	3	3 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 2 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает
		Опрос	1	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	1	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

		Доклад	5	<p>5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов.</p> <p>4 баллов – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.</p> <p>3 баллов – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов.</p> <p>2 балла – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 25% правильных ответов баллов не дает</p>
		Тестирование	3	<p>3 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов.</p> <p>2 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.</p> <p>1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 25% правильных ответов баллов не дает</p>
3.	Инновационные процессы в индустрии гостеприимства	Опрос	1	<p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	1	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.</p>
		Доклад(контрольный срез)	3	<p>3 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов.</p> <p>2 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.</p> <p>1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 25% правильных ответов баллов не дает</p>
		Тестирование	3	<p>3 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов.</p> <p>2 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.</p> <p>1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 25% правильных ответов баллов не дает</p>

4.	Инновационный проект и его реализация в индустрии гостеприимства	Опрос	1	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	1	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Доклад	3	3 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 2 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает
		Тестирование	3	3 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 2 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает
5.	Использование новой техники и технологий в индустрии гостеприимства	Опрос	1	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	1	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

		Доклад	3	<p>3 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов.</p> <p>2 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.</p> <p>1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает</p>
		Тестирование	3	<p>3 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов.</p> <p>2 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.</p> <p>1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает</p>
6.	Использование новых ресурсов в индустрии гостеприимства	Опрос	1	<p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	1	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.</p>
		Доклад	3	<p>3 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов.</p> <p>2 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.</p> <p>1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает</p>
		Тестирование	3	<p>3 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов.</p> <p>2 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.</p> <p>1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает</p>

7.	Инновации в организации производства и потребления туристских услуг и гостиничного хозяйства	Опрос	1	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	1	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Доклад	3	3 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 2 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает
		Тестирование(контрольный срез)	3	3 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 2 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает
8.	Стратегии развития бизнеса в индустрии гостеприимства на базе новых технологий	Опрос	1	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	1	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

	Доклад	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 баллов – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 баллов – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балла – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает
	Тестирование	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 баллов – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 баллов – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балла – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает
9.	Премиальные баллы	20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 15 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде – 15 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины – 15 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 5 / 15 / 20
10.	Ответ на экзамене	30	10-17 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно»; 18-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо»; 25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично»
11.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы на экзамене	10	Студент предоставил доклад-презентацию по преподаваемой дисциплине
12.	Итого за семестр	100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

Распределение баллов по курсовой работе:

- представление содержательной части – не более 55 баллов,
- оформление и информационное сопровождение – не более 20 баллов,
- защита курсовой работы – не более 25 баллов.

Распределение баллов по видам учебной работы и методика начисления баллов:

№	Вид учебной работы	Мак. кол-во баллов	Методика начисления баллов
1.	Представление содержательной части	55	<p>41-55 баллов – содержание работы соответствует выбранному направлению подготовки/специальности и теме работы, работа актуальна, выполнена самостоятельно, имеет творческий характер, отличается определенной новизной; проведен обстоятельный анализ степени теоретического исследования проблемы, различных подходов к ее решению, показано знание информационной (при необходимости – нормативной) базы, использованы актуальные данные; проблема раскрыта глубоко и всесторонне, материал изложен логично; теоретические положения органично сопряжены с практикой, даны практические рекомендации, вытекающие из анализа проблемы; проведен количественный анализ проблемы, который подтверждает выводы автора, иллюстрирует актуальную ситуацию, приведены таблицы сравнений, графики, диаграммы, формулы, показывающие умение автора формализовать результаты исследования;</p> <p>21-40 баллов – содержание работы в целом соответствует выбранной теме, структура плана логична и пропорциональна; обоснование актуальности темы подкрепляется анализом степени теоретического исследования проблемы; основные положения работы раскрыты на достаточном теоретическом и методологическом уровне, большая часть теоретических положений сопряжена с практикой; практические рекомендации обоснованы; выводы по работе содержательны и в целом соответствуют поставленным задачам;</p> <p>1-20 баллов – имеет место определенное несоответствие содержания работы заявленной теме; исследуемая проблема в основном раскрыта, но не отличается новизной, теоретической глубиной и аргументированностью; выявлены недочеты в методологических характеристиках курсового исследования; есть нарушения логики изложения материала, поставленные задачи решены не полностью; теоретические положения слабо связаны с практикой, практические рекомендации носят формальный бездоказательный характер</p>
2.	Оформление и информационное сопровождение	20	<p>16-20 баллов – широко представлена библиография по теме работы, в том числе и зарубежные источники, приложения к работе иллюстрируют достижения автора и подкрепляют его выводы, оформление работы полностью соответствует требованиям, предъявляемым к курсовому исследованию;</p> <p>8-15 баллов – приложения, используемые в исследовании, составлены грамотно, прослеживается связь с положениями курсовой работы; список использованной литературы составлен, следуя ГОСТу, и в достаточной мере соответствует теме работы; имеются отдельные неточности в оформлении работы (отсутствует часть ссылок на используемые источники, есть отдельные стилистические, грамматические и орфографические ошибки);</p>

			1-7 баллов – в работе не полностью использована необходимая для раскрытия темы научная литература, информационные базы данных, а также материалы исследований; библиографический список оформлен неверно; содержание приложений не отражает решения поставленных задач (отсутствуют необходимые приложения); имеются многочисленные неточности в оформлении работы
3.	Защита курсовой работы	25	19-25 баллов – защита отличается полнотой раскрытия темы и представления полученных результатов; студент демонстрирует уверенность и убедительность манеры выступления; стиль и грамотность речи соответствуют культуре представления результатов научного исследования; ответы на дополнительные вопросы характеризуются краткостью и аргументированностью; 10-18 баллов – структура и регламент выступления в целом соблюдены; защита сопровождается грамматически правильной, эмоциональной речью; студент поддерживает хороший контакт с аудиторией; отмечается творческий подход в подготовке объектов наглядности презентации; дополнительные вопросы вызывают некоторые затруднения; 1-9 баллов – студент демонстрирует невысокое качество устного доклада; доступность и образность представления проделанной работы и полученных результатов вызывает вопросы; отмечается частичное несоответствие презентации содержанию курсового исследования; дизайн визуальной интерпретации представленной работы затрудняет ее восприятие
	ИТОГО:	100	

Итоговая оценка по курсовой работе выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Доклад

Тема 2. Инновационная политика российского общества в условиях рыночной экономики

1. Роль государства в стимулировании инноваций, основные функции государственных органов в инновационной сфере.
2. Государственная инновационная политика.
3. Способы государственного воздействия на эффективность инновационных механизмов.
4. Понятие интеллектуальной собственности, патенты, лицензирование и юридический порядок передачи технологий, нормативно-правовая база управления качеством.
5. Основные аспекты инновационной политики российского общества в современной экономике

Тема 3. Инновационные процессы в индустрии гостеприимства

1. Понятие и содержание различных видов инноваций: их применение и роль в туризме.
2. Управленческие, организационные, производственные инновации.

3. Инновационный процесс как инструмент реализации инновационной стратегии в туризме и его специфика на современном этапе,
4. Основные факторы, влияющие на развитие инновационного процесса.
5. Инновации в туризме: основные характеристики и сущность, взаимосвязь развития.

Тема 4. Инновационный проект и его реализация в индустрии гостеприимства

1. Понятие и сущность инновационных проектов, их виды и содержание.
2. Разработка концепции проекта в туристической индустрии, планирование инновационного проекта, компьютерные программные продукты.
3. Оформление инновационного проекта.
4. Управление реализацией инновационных проектов: организация управления проектом, контроль и регулирование работ по проектам, порядок завершения проекта.
5. Понятие оценки эффективности инновационных проектов.
6. Основные принципы оценки инновационного проекта.

Тема 5. Использование новой техники и технологий в индустрии гостеприимства

1. Особенности инноваций в туризме
2. Роль и основные тенденции развития информационных технологий в туризме
3. Исследовать направление «информационные технологии» в сфере туризма
4. Использование информационных технологий в гостиничном деле
5. Информационные системы менеджмента в туризме

Тема 6. Использование новых ресурсов в индустрии гостеприимства

1. Формирование территориальных рекреационных (туристических) комплексов.
2. Организация религиозных и паломнических туров.
3. Туристские ресурсы, понятие, классификация.
4. Внедрение новых услуг с новыми свойствами.
5. Основы развития туристских ресурсов.

Тема 7. Инновации в организации производства и потребления туристских услуг и гостиничного хозяйства

1. Использование новой техники и технологий.
2. Изменения в организации производства и потребления туристских услуг.
3. Выявление и использование новых рынков сбыта туристских услуг.
4. Функции предпринимательства в туризме.
5. Специфика туристской услуги как товара.

Тема 8. Стратегии развития бизнеса в индустрии гостеприимства на базе новых технологий

1. Новые каналы сбыта туристского продукта.
2. Инновационная структура туристской индустрии
3. Роль инноваций в развитии туризма.
4. Управление качеством в индустрии гостеприимства.
5. Изменения в организации производства и потребления туристских услуг

Кейс

Тема 2. Инновационная политика российского общества в условиях рыночной экономики КЕЙС 1

Обучающий Интернет-сервис.

Интернет-сервис для изучения английского языка LinguaLeo – один из наиболее привлекательных сервисов для обучения. Изюминка сервиса – игровая форма: есть область «джунгли», где собраны аудио- и видеоматериалы по английскому языку, которые можно осваивать с помощью сервиса. У всех пользователей есть свой львенок, которого нужно кормить фрикадельками. Фрикадельки пользователь получает за каждое слово, добавленное в словарь, за пройденные тренировки или грамматические курсы.

По посещаемости, согласно Alexa.com, LinguaLeo, входит в топ-3 онлайн-сервисов для изучения языков в мире. LinguaLeo действует на рынке онлайн-обучения английскому языку с множеством аналогичных проектов: Duolingo, OpenEnglish, Busuu и другие. Но сохраняет свою популярность благодаря игровой механике и большому количеству материалов, которые могут добавлять сами пользователи. Модель работы сервиса: freemium: базовые функции бесплатны, а за дополнительные возможности надо платить.

При выходе на рынок Бразилии сотрудники LinguaLeo выяснили, что бразильцы предпочитают проходить стандартизированные обучающие курсы, а не использовать разрозненные аудио- и видеоматериалы, и им привычнее платить за каждый месяц обучения, не покупая годовой абонемент. Кроме того, увидев логотип сервиса – львенка, многие бразильцы решают, что это программа для детей, и закрывают ее. LinguaLeo подключил местные способы оплаты, скорректировал PR-кампанию (теперь подробнее рассказывает о стандартизированных курсах сервиса и о том, что LinguaLeo – сервис не только для детей), запустил рекламу в офлайне и получила в Бразилии 500 тыс. зарегистрированных пользователей, из них около 100 тыс. – активные (заходят на сервис хотя бы раз в месяц).

«Переведи LinguaLeo!» – с таким призывом команда стартапа в январе этого года обратилась к пользователям. Перевод интерфейса на другие языки – первый шаг к выходу на новые зарубежные рынки. LinguaLeo создал платформу, позволяющую любому пользователю переводить фразы интерфейса с русского или английского на один из 55 языков. Каждую неделю трем самым активным переводчикам компания дарит золотой статус, дающий доступ ко всем возможностям сервиса. К концу мая в проекте приняли участие 1300 переводчиков-волонтеров. Самыми активными оказались турки – они почти полностью перевели сервис на родной язык.

Самая большая проблема LinguaLeo – удержание пользователей. Игровые механики должны помочь. До конца года в LinguaLeo планируют выйти на три новых рынка.

ЗАДАНИЕ

1. Какие признаки формируют явные источники конкурентного преимущества проекта?
2. Какие дополнительные источники конкурентного преимущества для проекта Вы можете предложить?
3. Какие рекомендации для разработки инновационной стратегии Вы можете предложить предприятию?

КЕЙС 2

Оптимизация сайтов

Компания SeoPult создала автоматизированную систему продвижения сайтов и стала безоговорочным лидером рынка оптимизации сайтов. Сейчас она собирается провести IPO и создать второй Mail.ru на рынке интернет-рекламы.

Сейчас с помощью SeoPult продвигается 80 тыс. сайтов. В прошлом финансовом году (с июля 2012-го по июнь 2013-го) выручка SeoPult выросла на 84 % и превысила \$53 млн. SeoPult занимается не только и не столько SEO-оптимизацией, сколько контекстной рекламой, продвижением мобильных приложений и RTB. То есть всеми самыми актуальными технологиями рекламы в интернете. Цель – IPO на NASDAQ в 2016 г.

SeoPult – это масштабный бизнес на рынке, где правила игры постоянно меняются. Поисковики сознательно выдавливают с рынка «оптимизаторов», чтобы пользователи получали именно ту информацию, которую ищут, а владельцы сайтов покупали больше контекстной рекламы.

В 2006 г. одним из главных инструментов SEO были ссылки – аналог рекламы для поисковых роботов. Принцип работы ссылок основан на том, что поисковики, ранжируя сайты, учитывают не только контент, но количество и качество других сайтов, ссылающихся на них. Добиться массового цитирования можно было, договорившись с веб-мастерами о размещении ссылок на их сайтах.

Рынок ссылок был «серым» – иногда веб-мастера даже не ставили в известность владельцев сайтов о таком способе заработка. Заправляли на нем так называемые «ссылочные бароны», которые договаривались с десятками сайтов и продавали сотни ссылок. Способ, как разместить много ссылок с помощью линкаторов – автоматизированных систем обмена SEO-ссылками, был мало известен, а Яндекс и Google на них не успели обратить внимание. Буквально за \$50 можно было вывести любой сайт на первые позиции.

Вся история рынка SEO-оптимизации — это борьба, поскольку сервис SeoPult и его аналоги – продавцы ссылок. Сотрудники поисковиков постоянно изменяют алгоритмы поиска, чтобы усложнить оптимизаторам жизнь. В свою очередь оптимизаторы ищут в поисковых алгоритмах лазейки, которые позволяют выводить сайты своих клиентов в топ-10.

Вскоре после основания UnMedia на рынке SEO произошла технологическая революция: была создана автоматизированная биржа ссылок Sape.ru. Покупать ссылки стало легко и просто. К 2008 г. компания продавала услуги на \$500 тыс. в месяц и вошла в пятерку крупнейших игроков SEO-рынка, вместе с корпорацией РБС, ГК «Кокос» и другими оптимизаторами. Всего же оптимизацией в России занимались несколько тысяч агентств и десятки тысяч фрилансеров. Однако бизнес SEO-агентства сродни бизнесу дизайнерского бюро или веб-студии. Его практически невозможно быстро масштабировать.

800 факторов учитывают поисковые алгоритмы Яндекса, когда ранжируют сайты в выдаче. Около ста факторов имеют отношение к ссылкам.

Весной 2008 г. началась разработка веб-сервиса, который получил название SeoPult.ru, в ноябре того же года сервис стартовал. Программа сама анализировала контент сайта, выбирала ключевые слова, закупала ссылки, выдавала отчеты. Человеческий фактор был сведен к нулю. Появление такого софта произвело эффект разорвавшейся бомбы: всего за полгода в системе появилось несколько тысяч клиентов. Первыми, действительно, пришли оптимизаторы. Однако очень скоро собственные проекты в системе стали заводить и сами клиенты. Они отказывались от услуг SEO-агентств и начинали самостоятельно платить в SeoPult, экономя на марже. Средний ежемесячный счет в системе – \$100-150, агентства брались работать с бюджетами от \$500-1000.

Уловив тренд, партнеры Unmedia развернули невиданную образовательную активность: создали образовательный центр CyberMarketing, где бесплатно обучают начинающих оптимизаторов. В 2013 г. центр посетили 20 тыс. студентов офлайн, 10 тыс. участвовали в вебинарах. Параллельно компания создала интернет-телевидение SeoPult.tv, посвященное проблемам интернет-рынка. На образовательные проекты компания тратит больше 1 млн руб. в месяц, но взамен получает поток потенциальных клиентов.

Вскоре появились конкурирующие решения. Агентство Ingate выпустило сервис Rookee, ALTWeb Group сделало сервис MegaIndex. Но они сильно уступают SeoPult по оборотам: по экспертным оценкам, все вместе они занимают около 30 % рынка (независимые исследователи рынок SEO не обсчитывают).

Быстрая оптимизация. Благодаря технологиям SeoPult запустить рекламную кампанию в интернете можно не вставая с кресла.....

ЗАДАНИЕ

1. Что является основным конкурентным преимуществом проекта по оптимизации сайтов?
2. На сколько бизнес-процессы SeoPult можно рассматривать как инновационные?
3. В чем заключается инновационная деятельность SeoPult?
4. Какие рекомендации для разработки инновационной стратегии Вы можете предложить предприятию?

КЕЙС 3

Интернет-блокбастер

«Кинопоиск» – один из самых популярных в Рунете порталов о кино, за который Яндекс заплатил \$80 млн. Это бизнес, появившийся как творческий эксперимент двух программистов.

Сайт «Кинопоиск» был организован в 2003 г. как цифровой аналог тетрадки – это была база данных о фильмах: режиссер, актерский состав, краткое описание. В начале 2000-х появилось немало сайтов о кино: «Фильм.ру», «Кинокадр», «Киномания» и др.

Главной проблемой в создании тематического портала – организовать поток информации от посетителей. Это замкнутый круг: пока сайт посещает мало людей, на нем мало информации, а если нет контента – нет и роста аудитории. У «Кинопоиска» достаточно быстро появились поклонники, которые стали заполнять его контентом и предлагать нововведения. На сайте разместили простую систему добавления информации – пользователи смогли писать рецензии и общаться. «Кинопоиск» первым среди киносайтов целенаправленно начал создавать на портале социальную сеть, где можно обсуждать фильмы. Сейчас на сайте зарегистрированы более 3 млн человек.

Далее была предложена система оценок фильмов. Пользователи ставили кинофильмам баллы, а портал строил на основе этих данных рейтинги. Со временем на рейтинги «Кинопоиска» стали ссылаться эксперты и журналисты. В 2013 г. число оценок перевалило за 100 млн.

В 2005 г. была сделана попытка организовать на портале интернет-магазин DVD-дисков с кинофильмами. Однако спустя несколько месяцев магазин закрыли, поскольку не получалось оперативно создать курьерскую службу. Тогда на сайте разместили витрину DVD интернет-магазина Ozon.ru: «Кинопоиск» получал небольшую часть маржи, а логистикой и продажами занимался партнер.

Портал ввел новую для российского рынка услугу – тотальное брендрование сайта. «Кинопоиск» начал продавать рекламу на странице целиком, когда «подложкой» для сайта становится рекламный модуль во весь экран. Этот формат плюс большой баннер в центральной части главной страницы сейчас приносят сайту 50 % доходов. Основные рекламодатели –прокатчики новых фильмов.

В октябре 2013 г., по данным comScore, ежемесячная аудитория «Кинопоиска» составляла 18,6 млн пользователей, в России сайт занимал 16-е место в списке самых популярных ресурсов.

ЗАДАНИЕ

1. Какие признаки формируют явные источники конкурентного преимущества проекта?
2. Какие дополнительные источники конкурентного преимущества для проекта Вы можете предложить?
3. Какие рекомендации для разработки инновационной стратегии Вы можете предложить предприятию?

КЕЙС 4

Воздушная тревога

Беспилотники – вотчина военных. Однако предприниматели пытаются демилитаризовать рынок, создав моду на недорогие многофункциональные дроны. Они перенимают идеи, взорвавшие в свое время рынок мобильных гаджетов.

Битва беспилотников «Летающие роботы», организованная компанией «Крок» – это турнир с призовым фондом 1 млн руб. собрал более 500 заявок от увлекающихся робототехникой энтузиастов. «Крок» – один из лидеров российского IT-рынка, который специализируется на системной интеграции, но ищет новые перспективные ниши. Компанией было выбрано направление робототехники, а именно, полуавтономных или автономных устройств, которые что-то делают на благо человека.

Из 500 заявок в финал «Летающих роботов», который прошел в Москве в августе 2013 г., жюри отобрало 18 сильнейших участников. В течение двух финальных дней команды должны были показать, что их дрон способен без пульта управления пролететь по двум сообщающимся параллельным коридорам длиной 30 метров и приземлиться в нескольких контрольных точках. Справились с этой задачей всего две команды: собственно, «Крок», показавшая лучшее время (4 минуты 1 секунду), и Robodem, уступивший ей больше двух минут. Поскольку «Крок», как организатор, не претендовал на награду, миллион рублей получили программисты Robodem.

270 компаний из 57 стран мира занимаются в настоящее время производством беспилотных летательных аппаратов. Из них 144 компании находятся в США.

По оценкам аналитиков исследовательских компаний (Forecast, ASD Reports и Teal Group), рынок беспилотников составляет сегодня около \$7 млрд. Несколько лет назад было \$5 млрд, а через десять лет рынок должен вырасти до \$11 млрд. Рост не самый впечатляющий. Дело в том, что львиная доля этого денежного пирога приходится на потребности оборонки. Рост сегмента прогнозируем и не грозит бумом. Доля же гражданского рынка мала. Идея превращения беспилотников в недорогой объект потребительской электроники витает в воздухе.

Продукция 3D Robotics – небольшие дроны стоимостью от \$425 до \$1 тыс., комплекты для самостоятельной сборки и программное обеспечение. Есть и «специализированные модели», адресованные целевым аудиториям.

Если в 2015 г. американские власти смягчат требования к беспилотным летательным аппаратам и разрешат их использовать в небе в коммерческих целях, тысячи беспилотников совершат революцию в курьерском бизнесе и логистике. По оценкам аналитиков, после того как американские власти откроют небо для коммерческого использования беспилотников, в США появится 70 тыс. новых рабочих мест, которые принесут в экономику страны \$13,6 млрд. Международный эффект от повсеместного применения беспилотников в частных целях может быть гораздо больше, уверены в 3D Robotics. 7,5 тыс. беспилотников, по прогнозам американских авиавластей, могут быть задействованы в небе США в коммерческих целях в течение ближайших пяти лет.

Возможные направления инновационного бизнеса в сфере беспилотников – разработка ПО для дронов, разработка игры-стрелялки, в которой нужно будет управлять квадрокоптером, разработка программно-аппаратных решений для беспилотников по заказам крупных игроков.

Одна из главных причин, по которой применение беспилотных летательных аппаратов вызывает дискуссии, это их потенциальная небезопасность для сохранения приватности. Законодательные органы в 33 штатах США ограничили применение беспилотников, поскольку есть риск, что они будут нелегально вмешиваться в частную жизнь. Такие же запреты существуют и в отдельных европейских странах.

Цена на беспилотники, продаваемые в России, колеблется от 20-60 тыс. руб. за модель, предназначенную для любительских нужд, до нескольких миллионов рублей за дроны, используемые в профессиональных целях.

На рынке работают более 30 российских производителей...

ЗАДАНИЕ

1. Какие изменения во внешней среде привели к возникновению рыночной ниши?
2. Какие конкурентные преимущества Вы можете использовать для создания предприятия в данной сфере?
3. Какие направления для организации инновационного предприятия вы можете предложить?
4. Оцените качественно и количественно пользователей и объем потенциального спроса на продукцию.

КЕЙС 5

Веревка с пылом

Основатели компании «ПандаПарк» нашли необычную нишу. Они развивают первую в России сеть веревочных парков. Этот аттракцион уже сумел заинтересовать крупные столичные парки.

В России насчитывается около 200 веревочных парков. Большинство из них расположены при загородных отелях и турбазах и состоят всего из одного маршрута. Чтобы отличаться от конкурентов, «ПандаПарк» решил строить парки под единым брэндом, с маршрутами разной степени сложности и с необычными элементами вроде того же велосипеда.

За шесть лет была создана первая и пока единственная в стране сеть веревочных аттракционов «ПандаПарк». Шесть из них были открыты на арендованных площадях в московских парках, среди которых Сокольники, Парк Горького, Фили, Измайлово и Лианозово, четыре – за пределами столицы: в Ставрополе, Липецке, Екатеринбурге и Истре. Работают они в теплое время года, как правило, с мая по октябрь. Количество посетителей от сезона к сезону в каждом парке, согласно экспертным оценкам, увеличивается на 30 %. В прошлом году «ПандаПарк» приняли 75 тыс. человек, их выручка составила около 20 млн руб.

Болгарская фирма Walltopia с 20 офисами в Европе, Америке, Азии и Африке является одним из крупнейших в мире производителей скалодромов. Этот рынок в России был крошечным, зато и конкурентов можно было пересчитать по пальцам одной руки. ООО «Валтопия-Ру» стало представителем компании Walltopia в России, открыв осенью 2004 г. спортивный клуб «Скала-сити». До этого скалодромы устанавливались как один, причем зачастую не самый важный, элемент спортивной площадки. «Скала-сити» стала первым в России клубом, посвященным скалолазанию.

За последующие годы «Валтопия-Ру» установила свыше 100 скалодромов по стране, в основном в торгово-развлекательных центрах. Другой крупный заказчик – государственные и околосударственные структуры. Например, в 2009 г. компания выполнила пять проектов по программе «Единой России», в 2010-м – два для МЧС. Ежегодная выручка «Валтопия-Ру» составляет около 50 млн руб., однако в середине 2000-х идея создания «ПандаПарка» позволила диверсифицировать бизнес.

80% посетителей «ПандаПарков» – это дети и подростки от 4 до 18 лет. Лишь 5 % аудитории приходится на людей старше 40 лет.

При создании проекта были решены три важные задачи: разработка безопасного оборудования, обеспечение непрерывной линии страховки и получение экологической экспертизы о том, что аттракцион не повредит деревьям, – для городских парков это было важно. На подготовку проекта ушло почти полтора года. В начале 2007-го в Сочи на семинаре-совещании директоров парков культуры проект был представлен впервые.

Капитальные инвестиции в строительство «ПандаПарка» из двух маршрутов составляют около 2,5 млн руб. Операционные затраты складываются из отчислений арендодателям и зарплатного фонда (в каждом парке работают администратор и по меньшей мере два инструктора). У развивающих веревочных парков есть существенный недостаток. Их нельзя демонтировать и собрать в другом месте: каждый объект делается под конкретный ландшафт и это сильно сдерживает развитие сети.

Паушальный взнос в сети «ПандаПарк» составляет 300 тыс. руб., ежемесячные роялти – 50 тыс. руб. По данным компании, это около 6 % выручки парка. В среднем размер роялти в России колеблется в пределах 5-10 %.

ЗАДАНИЕ

1. Какие изменения во внешней среде привели к возникновению рыночной ниши?

2. Какие конкурентные преимущества проекта Вы можете назвать?
3. Как Вы можете охарактеризовать стратегию предприятия?
4. Сохраняется ли конкуренция на рынке данных услуг?
5. Назовите факторы, обеспечивающие устойчивость предприятия?

Опрос

Тема 1. Инновационный менеджмент как особый тип управления. Принципиальная структура инновационной деятельности. Эволюция технологических укладов

1. Какова основная сущность инноваций?
2. Что подразумевает собой понятие и содержание инновационных процессов?
3. В чем заключаются основные отличия традиции и инновации?
4. В чем суть понятийного аппарата инновационной деятельности в туризме?
5. Какой процесс применяется при разработке программ и проекта нововведений в туристской отрасли?
6. Какая классификация инноваций туристской деятельности применяется в современной практике?
7. Какое основное содержание в процессе управления инновациями в туристской деятельности?
8. Какова история возникновения и становления инноваций и инновационной деятельности в России?

Тема 2. Инновационная политика российского общества в условиях рыночной экономики

1. Каковы основные аспекты, определяющие общегосударственное значение инновационных процессов?
2. В чем проявляется ограниченность рыночных механизмов как экономической среды инноваций?
3. Назовите основные функции государства по регулированию инноваций.
4. Что понимается под государственной инновационной политикой?
5. Каковы основные цели стандартизации и сертификации продукции?
6. Каковы приоритетные направления науки и техники, критических технологий?
7. Каковы основные критерии выбора приоритетов в инновационной области?
8. Укажите основные функции органов государственной власти РФ по регулированию науки и инноваций.

Тема 3. Инновационные процессы в индустрии гостеприимства

1. Раскройте главное содержание инновационных процессов.
2. Раскройте понятие инновационного процесса и его сущность.
3. Какие основные этапы инновационного процесса существуют?
4. Какова взаимосвязь инновационного процесса с жизненным циклом инновации?
5. Опишите основные стадии разработки нового тур продукта.
6. Какие инновационные процессы содержатся в туризме?
7. Какой риск предполагает инновационная деятельность в туризме?
8. Каким образом происходит выбор инновационной стратегии в туристической компании?

Тема 4. Инновационный проект и его реализация в индустрии гостеприимства

1. Дайте определение понятий «инновационный проект», «управление инновационным проектом».
2. Назовите основных участников инновационного проекта.

3. Приведите классификацию инновационных проектов по типу инноваций.
4. Перечислите и раскройте содержание основных этапов разработки концепции инновационного проекта.
5. Раскройте содержание и отметьте основные отличия функциональной и проблемной структуризации инновационного проекта.
6. Какие инструменты структуризации используются?
7. Назовите основы управления инновационным проектом
8. Опишите порядок разработки инновационного проекта.

Тема 5. Использование новой техники и технологий в индустрии гостеприимства

1. Чувствуете ли вы себя готовыми к освоению новшеств?
2. Считаете ли вы, что обучение информационным технологиям необходимо для Вашего персонального роста?
3. Пользовались ли вы услугами туристических агентств или операторов за последние 6 месяцев?
4. Сможете ли вы доверять новым тревел-технологиям?
5. Если Вам требуется информация по туристическим компаниям и поездкам, кто обычно занимается ее поиском?
6. Если Вам требуется информация по туристическим компаниям и поездкам, кто обычно занимается ее поиском?
7. Какие еще дополнительные услуги Вы хотели бы получать в сфере туризма?
8. Как вы считает, влияют ли информационные технологии на развитие туризма?

Тема 6. Использование новых ресурсов в индустрии гостеприимства

1. Как часто Вы путешествуете?
2. Где Вы предпочитаете проводить свой отдых?
3. Как Вы относитесь к вовлечению новых туристских ресурсов?
4. Каким образом вы организуете свою поездку?
5. Какой вид отдыха Вас интересует?
6. На чём вы основываетесь, когда выбираете очередной маршрут?
7. Вы предпочитаете пользоваться гидом-экскурсоводом или путешествовать самостоятельно?
8. Какие бы экскурсии вас заинтересовали бы больше всего?

Тема 7. Инновации в организации производства и потребления туристских услуг и гостиничного хозяйства

1. По вашему мнению, как влияют процессы глобализации экономики на развитие туристских услуг?
2. Как вы считаете какие нововведения появились в сфере гостиничного бизнеса?
3. Как обеспечивается государственная поддержка инновационной деятельности в туризме?
4. Влияет ли человеческий фактор на появление и внедрение инноваций? Если да, то как.
5. Каковы формы государственного регулирования инновационных процессов в США, Японии и Европейском Союзе?
6. Как влияет развитие информационных технологий на туристский бизнес?
7. Кто заинтересован в проведении инноваций?
8. Какова связь предпринимательства с инновациями?

Тема 8. Стратегии развития бизнеса в индустрии гостеприимства на базе новых технологий

1. Какие по вашему мнению существуют особенности исследования рынка индустрии туризма?
2. Вовлечение новых туристических ресурсов способствует ли расширению географии туристских маршрутов?
3. По вашему мнению, какие новые технологии пользуется спросом в туризме?

4. Какое направление из культурно-познавательного туризма Вы бы выбрали?
5. Считаете ли Вы, использование новых туристических услуг обаятельным?
6. Какие дополнительные услуги в турфирме вы бы хотели получать?
7. Является ли для Вас использование новых рынков сбыта туристских услуг главным условием?
8. Влияет на Вас имидж предприятия индустрии гостеприимства?

Реферат

Тема 1. Инновационный менеджмент как особый тип управления. Принципиальная структура инновационной деятельности. Эволюция технологических укладов

1. Инновационный менеджмент
2. Структура инновационной деятельности
3. Эволюция технологических укладов
4. Тенденции развития технологий
5. Современные условия развития инновационной деятельности

Собеседование

Тема 1. Инновационный менеджмент как особый тип управления. Принципиальная структура инновационной деятельности. Эволюция технологических укладов

1. Роль и функции инновационного менеджмента.
2. Инновационный менеджмент как самостоятельное направление общего управления.
3. Сущность и содержание инновационного менеджмента.
4. Эффективность инновационного менеджмента.
5. Стратегия и тактика инновационного менеджмента.
6. Прогнозирование обеспечения инноваций.
7. Характеристика рынка инноваций.
8. Управление инновационной деятельностью: специфические особенности.

Тема 2. Инновационная политика российского общества в условиях рыночной экономики

1. В чем заключается смысл правового регулирования инновационной деятельности, и какими нормативно-правовыми актами оно представлено?
2. Какова взаимосвязь понятий «интеллектуальная собственность», интеллектуальный продукт», «промышленная собственность», «изобретение»?
3. Какую функцию выполняет патент в правовом регулировании инновационной деятельности, и на какие объекты промышленной собственности он выдается?
4. Какие основные положения определяет Патентный закон РФ и каковы функции ведомства, обеспечивающие его реализацию в РФ?
5. Кто согласно Закону РФ о патентах признается автором изобретения, полезной модели, промышленного образца?
6. Что означает исключительное право на использование охраняемого патентом объекта промышленной собственности?
7. Что такое лицензирование и какую роль оно играет в торговле технологиями?
8. Каков принцип деления лицензионных соглашений на самостоятельные и сопутствующие?

Тема 3. Инновационные процессы в индустрии гостеприимства

1. Как происходит экспертиза инновационного проекта в туризме?
2. Что подразумевает собой понятие «рынок инновационной продукции»?
3. Какова роль предпринимателя в инновационных процессах?
4. К чему приводит интенсивная структуризация рынка тур услуг?

5. Посредством каких инновационных процессов осуществляется развитие рынков?
6. В чем сущность теории инновационных процессов Й. Шумпетера?
7. Каким образом данную теорию применяют в сфере туризма?
8. Какую роль играют инновационные процессы в туристической деятельности?

Тема 4. Инновационный проект и его реализация в индустрии гостеприимства

1. Дайте понятие сущности и классификацию инновационных технологий.
2. Какие этапы разработки и агенты инновационных технологий существуют в сфере туризма и гостеприимства?
3. Какая классификация рисков существует в инновационных технологиях туристических предприятий?
4. Опишите основной комплекс современных инновационных технологий для сферы туризма и гостеприимства.
5. Какие особенности креативных инновационных технологий в компаниях сферы туризма?
6. Какой спрос существует на инновационные технологии предприятий сферы туризма?
7. Дайте краткую характеристику классификаций предприятий по типу инновационного поведения.
8. Опишите существующие типы инновационных предприятий в сфере туризма и гостеприимства

Тема 5. Использование новой техники и технологий в индустрии гостеприимства

1. Какие факторы оказывают большое влияние на инновационные процессы в туризме?
2. Назовите основные принципы инноваций в туризме.
3. Существуют четыре стадии интеграции в интернет-бизнес. Назовите их.
4. Какие на Ваш взгляд существуют направления инновационной деятельности?
5. Что можно отнести к основным факторам, определяющим будущее туризма?
6. По Вашему мнению, что является общей тенденцией поляризации туристических предпочтений?
7. Сколько всего существует методов сбыта турпродукта? Что предполагают эти методы.
8. Приведите в пример турагентства, которые используют последние достижения мировой технологии. Что это за технология?

Тема 6. Использование новых ресурсов в индустрии гостеприимства

1. Анализ отечественного и зарубежного опыта формирования территориальных рекреационных (туристских) комплексов позволяет выделить пять стадий их развития. Назовите эти стадии.
2. Приведите пример использования новых туристических ресурсов, как одно из направлений инновационной деятельности.
3. Какими свойствами обладают туристские ресурсы?
4. Какие разновидности учреждений отдыха вы знаете?
5. Какое влияние оказывают туристские ресурсы на развитие туризма и территориальную организацию туристской отрасли?
6. Как проводится оценка территорий для туристского использования?
7. Какие существуют классификации туристских ресурсов?
8. Что такое аттрактивность туристской деятельности?

Тема 7. Инновации в организации производства и потребления туристских услуг и гостиничного хозяйства

1. Дайте определение терминам «предпринимательство» и «предпринимательская деятельность».
2. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности.
3. Функции и среда предпринимательства.
4. Каковы стадии и условия предпринимательской деятельности в туризме?
5. Основные виды предпринимательской деятельности в туризме.

6. В чем состоит предпринимательская сторона воздействия туризма?
7. Перечислите виды туристских организаций.
8. Какие виды обслуживания и предпринимательства входят в индустрию гостеприимства?

Тема 8. Стратегии развития бизнеса в индустрии гостеприимства на базе новых технологий

1. Что относится к туристским технологиям?
2. Что является одним из заметных изменений в организации туристских фирм?
3. Назовите основные каналы массовой розничной продажи туристского продукта туроператора.
4. Перечислите несколько видов сетевого турбизнеса.
5. Существует основное направление по исследованию системы сбыта. Назовите это направление.
6. Почему туроператоры предлагают свои услуги рынку через турагентства?
7. По какому критерию осуществляется выбор прямого или косвенного метода сбыта?
8. Что составляет на сегодняшний день реальную конкуренцию традиционным каналам сбыта?

Тестирование

Тема 2. Инновационная политика российского общества в условиях рыночной экономики

1. Жизненный цикл инновации охватывает период времени:
 - а) От научных изысканий фундаментального характера до вывода инновации из эксплуатации
 - б) От получения инвестиций на развитие инновационной идеи до внедрения полученного продукта в массовое производство/потребление
2. Показатель цены риска предназначен для характеристики:
 - а) Наиболее ожидаемой полезности инновации
 - б) Потенциальных убытков, если инновация «провалится»
3. Основным органом, координирующим деятельность министерств и ведомств в научно-технической и инновационной областях, является
 - а) Правительственная комиссия по научно-технической политике;
 - б) Миннауки и технологий РФ;
4. Какие из этапов жизненного цикла продукции связаны со значительными рискоинвестициями?
 - а) снижение объемов производства и продаж;
 - б) технологическое освоение выпуска новой продукции;
5. К промышленной интеллектуальной собственности относятся:
 - а) изобретения;
 - б) ноу-хау;
6. Внедрение нового продукта определяется как радикальная инновация, если:
 - а) охватывает технологические изменения продукта;
 - б) предполагаемая область применения, функциональные характеристики, конструктивные или использованные материалы и компоненты существенно отличаются от ранее использованных продуктов.
7. К Функциям государства в инновационной сфере не относится
 - а) аккумулялирование средств;
 - б) стимулирование инноваций;
8. Что относится к нормативно-правовым факторам государственного регулирования инновационной деятельности:
 - а) развитие рыночных отношений;
 - б) гарантирование охраны прав и интересов субъектов инновационной деятельности, в частности, охраны таких наиболее существенных для развития инновационной деятельности прав, как права интеллектуальной собственности.
9. Укажите группу, где все указанные объекты, относятся к промышленной собственности (по российскому законодательству):

- а) изобретение, промышленный образец, полезная модель;
 - б) товарный знак, ноу-хау, коммерческая тайна;
10. Введение термина инновация связывают с именем:
- а) Гобсона;
 - б) Шумпетера;

Тема 3. Инновационные процессы в индустрии гостеприимства

1. Создаваемые (осваиваемые) новые или усовершенствованные технологии, виды продукции или услуг называются:
 - а) инновациями
 - б) секретами фирмы
2. Продукт, чьи технологические характеристики или предполагаемое использование являются принципиально новыми либо существенно отличающимися от аналогичных ранее производимых продуктов – это..
 - а) технологически новый продукт
 - б) технологически усовершенствованный продукт
3. Как классифицируются инновации по масштабам распространения?
 - а) транснациональные; межотраслевые; региональные; отраслевые; инновации в рамках предприятия;
 - б) пионерные, принципиально новые, улучшающие
4. Комплекс намеченных к реализации инновационно-инвестиционных проектов и мероприятий, согласованных по ресурсам, исполнителям и срокам их осуществления и обеспечивающих эффективное освоение новых технологий, производство принципиально новых видов продукции, – это ...
 - а) инновационная политика предприятия
 - б) инновационная программа предприятия
5. Инновационный процесс – это последовательная цепь событий, в ходе которых инновация вызревает от (...) до конкретного продукта или услуги и распространяется при практическом использовании.
 - а) научного знания
 - б) идеи
6. Какой принципиальный аспект не включает организация инноваций?
 - а) совокупность процессов и действий организации, направленных на выполнение необходимых функций в инновационной деятельности;
 - б) деятельность всех участников инновационного проекта, направленная на расширение инновационного потока
7. Организация инновационных процессов на предприятиях должна охватывать:
 - а) информационную, научную, проектно-конструкторскую, производственную,
 - б) вспомогательную, экономико-управленческую и социально-культурную деятельность.
 - в) все
8. Особенности организации инновационных процессов в сфере науки не определяется:
 - а) особенностями результатов инновационной деятельности;
 - б) слаженной работой участников проекта
9. Инновационный процесс рассматривают с разных позиций:
 - а) как параллельно – последовательное проведение научно-технической деятельности, осуществление инвестиций и маркетинга;
 - б) в виде сменяющихся фаз жизненного цикла продукции;
 - в) как инвестиционный проект;
 - г) все ответы

10. Синоним слова инновации

- а) нововведения
- б) секреты фирмы

Тема 4. Инновационный проект и его реализация в индустрии гостеприимства

1. К основным элементам инновационного проекта относятся: ...

- А. сформулированные политика и стратегия реализации проекта и однозначно сформулированные цели, и задачи, отражающие основное назначение проекта;
- Б. комплекс проектных мероприятий по решению инновационной проблемы и реализации поставленных целей, и организация выполнения проектных мероприятий;
- В. основные показатели проекта, в том числе показатели, характеризующие его эффективность.

Г. Все вышеперечисленное

2. Основными участниками инновационного проекта являются:

- А. заказчик; инвестор; проектировщик;
- Б. координатор; поставщик; генеральный менеджер;
- В. научно-технические советы; проект-менеджер; команда проекта;

Г. Все вышеперечисленные.

3. В состав разработчиков проекта входят:

- А. исполнитель; координатор;
- Б. руководитель проекта; проектировщик;
- В. Только команда проекта.

Г. Все

4. Виды инновационных проектов по типу инноваций не включают: ...

- А. Новый продукт; новый метод производства;
- Б. Новый рынок; источник сырья и структуру управления;
- В. Новая конъюнктура рынков

5. Содержание инновационных проектов по процессу формирования и реализации включает:

- А. формирование инновационной идеи (замысла); разработка проекта; реализация проекта; завершение проекта.
- Б. Разработка проекта; Маркетинг инновации; Реализация проекта и завершение проекта.

6. Управление инновационными проектами базируется на (...) принципах.

- А. семи;
- Б. девяти.

7. По характеру инновационной деятельности, проект может быть:

- А. Исследовательские; научно-технические;
- Б. проекты, связанные с модернизацией и обновлением производственного аппарата;
- В. проекты системного обновления предприятия

Г. Все варианты

8. Содержание инновационного проекта можно разделить по стадиям:

- А. по стадиям инновационной деятельности;
- Б. по процессу формирования и реализации;
- В. по элементам организации.

Г. Ответы (а,б,в) верны

9. Рассматривая инновационный проект по элементам организации, можно выделить в нем:

- А. органы управления формированием и реализацией проекта и участников инновационного проекта.
- Б. Только органы управления

10. Будущий владелец и пользователь результатов проекта (физическое или юридическое лицо).

- А. Проектировщик
Б. Заказчик

Тема 5. Использование новой техники и технологий в индустрии гостеприимства

1. К основным туристским услугам относятся:
 - а) включенные в договор и оплаченные посетителем турфирмы
 - б) оплаченные в момент потребления во время путешествия или в месте пребывания
2. Система бронирования «AMADEUS» была основана в
 - а) 1987 г.
 - б) 1985 г.
3. К глобальным системам бронирования относят:
 - а) Amadeus
 - б) Booking
4. Наличие возможностей для удовлетворения социокультурных потребностей людей в туристских услугах:
 - а) социокультурный потенциал сферы туризма
 - б) факторы туризма
5. Специалист, занимающийся разработкой индивидуальных и коллективных программ досуга, ориентирующий человека в многообразии видов досуга, организующий полноценный отдых
 - а) турагент
 - б) аниматор
6. Социальная эффективность туризма
 - а) в размещении информации в сети Интернет
 - б) в доступности большинства видов туризма для различных социальных слоев общества
7. Одна из главных функций кадровых служб на предприятиях индустрии туризма
 - а) опрос
 - б) помощь
8. Транзитный туризм
 - а) это остановки туристов по пути следования к месту назначения
 - б) это поездка продолжительностью 2-4 дня
9. Кратковременный туризм
 - а) это поездка продолжительностью 2-4 дня и может включать в себя деловой туризм и поездки на выходные дни
 - б) это вид туризма, не предполагающий остановки на ночлег
10. К непродолжительным поездкам относится
 - а) транзитный, однодневный, кратковременный туризм
 - б) активный туризм

Тема 6. Использование новых ресурсов в индустрии гостеприимства

1. Что из перечисленного не относится к параметрам оценки управления ресурсным потенциалом региона?
 - а) оценка структуры потенциала, степени использования частных потенциалов
 - б) качественная оценка ресурсов
2. Сколько субъектов Российской Федерации характеризуются высоким и относительно высоким уровнем рекреационного потенциала (по К. В. Кружалину)?
 - а) 52 субъекта
 - б) 45 субъектов
3. Как называются платные обустроенные туристские автотрассы, проложенные по особо интересным местностям?
 - а) турбазы

- b) парквей
- 1 4. Какие учреждения организовывались при предприятиях и были ориентированы на оздоровление сотрудников в утреннее и вечернее нерабочее время?
 - a) курорты
 - b) санатории-профилактории
- 1 5. Что из перечисленного не относится к основным свойствам туристских ресурсов?
 - a) доступность
 - b) целостность
- 1 6. Что из перечисленного не относится к специфическим свойствам туристских ресурсов?
 - a) зрелищность
 - b) динамичность
- 1 7. Кто из ученых утверждал, что «туристский потенциал — это туристские ресурсы, туристская индустрия и туристская инфраструктура»?
 - a) Ю. П. Ковалев
 - b) А. В. Даринский
- 1 8. Что означает не нарушение экономического баланса в масштабах национальной экономики?
 - a) надежность туристских ресурсов
 - b) устойчивость туристских ресурсов
- 1 9. Как называется особое градостроительное образование, ориентированное на предоставление туристам заданного объема услуг и реализацию специализированных туристских программ?
 - a) туристский объект
 - b) туристский субъект
- 10. Как называется индивидуальная или групповая привлекательность занятий туристской деятельности и их сочетаний?
 - a) топологические характеристики местности
 - b) аттрактивность туристской деятельности

Тема 7. Инновации в организации производства и потребления туристских услуг и гостиничного хозяйства

- 1. Какие выделяют основные направления инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства?
 - a) Использование новой техники и технологии в производстве традиционных продуктов
 - b) Использование системы стимулирования сбыта и рекламы
- 1 2. Что составляет основу инновационной деятельности во всех секторах экономики?
 - a) Выявление и использование новых рынков сбыта продукции
 - b) Реализация достижения научно-технического прогресса
- 1 3. Без чего нельзя представить современную туристскую деятельность и работу туристских фирм?
 - a) Без средств информации
 - b) Без интернета
- 1 4. На что направлена инновационная деятельность в сфере туризма?
 - a) На создание нового или изменение существующего продукта
 - b) На систематическое получение прибыли
- 1 5. Как называется тип авиарейсов, предусматривающих пересадку туристов с одного самолета на другой:
 - a) регулярные
 - b) стыковочные
- 1 6. Туристская деятельность это...
 - a) Это не только предоставление услуг по организации путешествий, но и источник доходов государства, многих секторов его экономики.

b) Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом

7. Что является основной задачей государства?

a) Использование новых туристских ресурсов, ранее не использовавшихся

b) Поддержка туризма и маркетинга через стимулирование инноваций и кооперации, формирование привлекательного образа страны.

1 8. Сколько схем используется в применении и развитии сферы туризма?

a) Три схемы

b) Четыре схемы

1 9. Сколько в мире на сферу туризма приходится общего объема мирового экспорта?

a) 8%

b) 30-30%

1 10. Что из нижеперечисленного НЕ входит в понятие туристские ресурсы страны:

a) природные и климатические условия;

b) недра и полезные ископаемые;

Тема 8. Стратегии развития бизнеса в индустрии гостеприимства на базе новых технологий

1. Трансфер-это:

a) поставщик туристских услуг

b) предоставление транспортных средств для встречи- проводов туристов

2. Существуют два метода сбыта турпродукта:

a) прямой и косвенный метод

b) социологический и расчетный

3. Концепция мягкого туризма предполагает:

a) ориентация на пассивный отдых

b) сохранение окружающей среды

1 4. Использование информационных технологий в сфере туризма происходит с помощью:

a) системы бронирования

b) мультимедийных технологии

c) все варианты верны

1 5. Жизненный цикл инноваций - это:

a) период времени от зарождения идеи, создания и распространения новации и до ее использования;

b) процесс введения новации на рынок

6. По месту деятельности туроператоры делятся на операторов:

a) внешних и внутренних

b) независимых и дочерних

1 7. Сколько всего стадий развития территориальных рекреационных комплексов?

a) пять стадий

b) семь стадий

1 8. Стадия, которая характеризуется расширением видов туристкой деятельности, а также образованием новых рекреационных и сопутствующих предприятия

a) первая стадия (пионерная)

b) четвертая стадия

9. Индустрия гостеприимства - это:

a) предприятие, оказывающее услуги только по приему гостей;

b) совокупность предприятий, оказывающих различные услуги по приему и обслуживанию гостей.

10. В современных условиях хозяйствования турорганизации:

a) освобождаются от государственного контроля;

б) несут полную ответственность за все виды своей деятельности

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ОПК-1)

Типовые вопросы экзамена

1. Исследования Н.Д. Кондратьева о цикличном развитии экономики.
2. Теория инновационных процессов Й. Шумпетера.
3. Понятие и содержание инновационных процессов в туризме.
4. Сущность и особенности инновационных процессов в туризме.
5. Исследования и разработки инновационных процессов в области туристского бизнеса.
6. Основные подходы к реализации научно-технической стратегии и инновационная политика российского общества.
7. Роль государственных систем в инновационном процессе в туризме.
8. Понятия «инновация», «изобретение», «открытие».
9. Определение основной идеи инновации, цели и задачи.
10. Структура инновационного процесса.
11. Виды инноваций в туризме.
12. Степень новизны нововведений в туризме.
13. Инновационный потенциал нововведений в туризме.
14. Уровни разработки и распространение инноваций в туризме.
15. Туризм как сфера разработки инноваций.
16. Система взаимодействия инноваторов, инвесторов, товаропроизводителей в туризме.
17. Классификация инноваций. Виды и содержание инноваций в туризме.
18. Функции инновационной деятельности.
19. Инновации в форме продукции и услуг в туризме.
20. Показатели экономической эффективности вложения капитала в инновацию.
21. Технологии инновационных процессов в туризме.
22. Информационные технологии в туризме.
23. Цели оценки проекта: подтверждение, опровержение.
24. Производственная фаза инновационного цикла.
25. Формы отчета о результатах финансовой деятельности при анализе проекта.
26. Форма отчета о движении денежных средств.
27. Выявление и использование новых рынков сбыта услуг в туризме.
28. Содержание, цели и задачи инновационных проектов в туризме.
29. Бизнес-планирование и прогнозирование инновационных проектов в туризме.

Типовые задания для экзамена (ОПК-1)

Типовые экзаменационные задания

Оценка сопротивления нововведению со стороны персонала. Изучите приведенные в таблице 6 причины, вызывающие сопротивление нововведениям со стороны персонала, и опишите, какие трудности могут возникнуть при реализации предлагаемого нововведения. Что следует предпринять для снижения сопротивления персонала изменениям.

Разработка сетевого и календарного графиков реализации инновации. Разбейте Ваш проект на отдельные работы, определите их продолжительность и исполнителей, постройте сетевой и календарный графики реализации проекта, определите критический путь.

Типовые темы курсовых работ (ОПК-1)

1. Влияние политической, экономической и социальной сфер на инновационные процессы в туризме на современном этапе.
2. Влияние технологических укладов на менеджмент в туристической сфере.
3. Глобализации, инновации и интернет-технологии в сфере туризма.
4. Глобализация, как фактор роста экономики и туризма.
5. Глобальные распределительные системы и их роль в современном мире.
6. Индустрия гостеприимства: вчера, сегодня, завтра.
7. Индустрия гостеприимства: основные понятия и составные элементы.
8. Инновации в организации производства и потребления туристских услуг.
9. Инновации в спортивном туризме.
10. Инновации в туристическом бизнесе.
11. Инновации в туристской анимации.
12. Инновационная деятельность в сфере гостеприимства РФ.
13. Инновационная деятельность в туризме и гостиничном хозяйстве.
14. Инновационные компьютерные технологии в индустрии гостеприимства.
15. Инновационный менеджмент как особый тип управления на предприятиях индустрии гостеприимства.
16. История инноваций в гостиничном бизнесе.
17. Нормативно-правовое регулирование деятельности индустрии гостеприимства.
18. Особенности управления жизненным циклом инноваций в туризме.
19. Преимущества инновационного менеджмента в условиях конкуренции.
20. Препятствия на пути внедрения инноваций на предприятия сферы гостеприимства.
21. Проблемы развития инновационной деятельности в регионе (стране).
22. Роль Всемирной туристской организации в стимулировании и распространении инноваций на современном этапе.
23. Роль и место гостеприимства в сфере услуг.
24. Роль инноваций в развитии туризма.
25. Современные способы распространения инновационных продуктов в сфере туризма.
26. Структура инновационного менеджмента в организации деятельности гостиничного предприятия.
27. Технологические инновации в гостиничном бизнесе.
28. Управление качеством в индустрии гостеприимства

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ОПК-1	На высшем уровне осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности. Студент показывает не только высокий уровень теоретических знаний по дисциплине, но и прослеживает междисциплинарные связи. Умеет увязывать знания, полученные при изучении различных дисциплин, анализировать практические ситуации, принимать соответствующие решения.
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ОПК-1	На достаточном уровне осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности. Достаточно свободно может применять инструменты менеджмента в туристской деятельности; проводить исследования рынка и реализовывать продвижение туристских услуг с учетом социальной политики государства

«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ОПК-1	Демонстрирует не достаточный уровень знаний по осуществлению поиска, анализа, отбору технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности. Со сложностями может применять инструменты менеджмента в туристской деятельности; проводить исследования рынка и реализовывать продвижение туристских услуг с учетом социальной политики государства. Студент показывает не достаточный уровень знаний учебного и лекционного материала, не в полном объеме владеет практическими навыками, чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские.
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ОПК-1	Демонстрирует слабый уровень знаний по осуществлению поиска, анализа, отбору технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности. Не может применять инструменты менеджмента в туристской деятельности; проводить исследования рынка и реализовывать продвижение туристских услуг с учетом социальной политики государства иллюстративном материале (примеры из практики, таблицы, графики и т.д.). междисциплинарные связи. ¶Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. ¶Не может применять инструменты менеджмента в туристской деятельности; проводить исследования рынка и реализовывать продвижение туристских услуг с учетом социальной политики государства иллюстративном материале (примеры из практики, таблицы, графики и т.д.). ¶Неправильно отвечает на поставленные вопросы или затрудняется с ответом. ¶Не владеет практическими навыками разработки программы повышения конкурентоспособности предприятия, методами исследовательской деятельности в туризме¶

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе : [учеб. пособ.]. - 2-изд., доп. и перераб.. - Ростов н/Д: МарТ, Феникс, 2010. - 244 с.
2. Буйленко, В. Ф. Инновации в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Инновации в социально-культурном сервисе и туризме. - Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008. - 292 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/9587.html>
3. Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. - М., Ростов н/Д: ИКЦ "МарТ", ИЦ "МарТ", 2008. - 221 с.

6.2 Дополнительная литература:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм : учебник. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: КНОРУС, 2010. - 459 с.
2. Рябовая И.А., Забаев Ю.В., Драчёва Е.Л., Моск. акад. турист. и гостинично-ресторанного бизнеса Экономика и организация туризма: международный туризм : учеб. пособ.. - 4-е изд., испр. и доп.. - М.: КноРус, 2010. - 565 с.

6.3 Иные источники:

1. Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» - <http://school-collection.edu.ru/>
3. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки - <http://obrnadzor.gov.ru>
4. Вопросы образования - <http://www.ecsocman.edu.ru/vo>
5. Каталог образовательных интернет-ресурсов - http://www.edu.ru/index.php?page_id=6
6. Словари и энциклопедии он-лайн - <http://dic.academic.ru>
7. Интернет-энциклопедии - <http://www.rubicon.com/>
8. Библиотека ГОСТов - www.vsegost.com
9. Всемирная туристская организация (UNWTO) - <http://www.unwto.org>
10. Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) - <http://www.wttc.org>
11. Федеральное агентство по туризму Российской Федерации - <http://www.russiatourism.ru>
12. Ежедневная электронная газета "RATA news", выпускаемая Российским союзом туриндустрии - www.ratanews.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Операционная система Microsoft Windows 10

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08 7-Zip 9.20

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
2. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
3. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
4. Электронный справочник «Информио» . – URL: <https://www.informio.ru>
5. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>
6. Справочная правовая система "Консультант плюс". – URL: <http://www.consultant.ru>
7. ЭБС «Консультант студента»: коллекции: Медицина. Здравоохранение. Гуманитарные науки (комплект Тамбовского ГУ) . – URL: <http://www.studentlibrary.ru>
8. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
9. Polpred.com Обзор СМИ (электронный архив публикаций информагентств). – URL: <https://polpred.com>
10. Архив научных журналов зарубежных издательств. – URL: <https://arch.neicon.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.