

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

ИНСТИТУТ ТУРИЗМА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
(Наименование института)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ УСЛУГ

(НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

направление подготовки / специальность

43.03.02 «Туризм»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль) подготовки

«Технология и организация туристской деятельности»

(направленность (профиль) подготовки))

г. Владимир

2021 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Инновационные технологии в сфере услуг» является формирование целостного представления о сущности инноваций в туризме, как сложившемся социально-экономическом и социокультурном явлении, активно развивающемся в современных условиях, а также формирование у студентов системы знаний, дифференцированных по уровням компетенций, профессиональных умений, навыков для самостоятельного практического осуществления, планирования и организации инновационного процесса, преобразования научных достижений в инновации и управления инновационной деятельностью в сфере туризма.

Задачи:

- изучение особенностей внедрения инноваций во всех сферах современной туристской деятельности.
- формирование у студентов практических (технологических) навыков разработки и внедрения инновационных проектов туристского профиля.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Инновационные технологии в сфере услуг» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, программы бакалавриата по направлению 43.03.02 «Туризм».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
1	2	3	4
ПК-3 - Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий	ПК-3.1. Формирует туристский продукт, в т. ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста.	Знает: -современные требования, предъявляемые к обслуживанию туристов в сфере услуг Умеет: -разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием современных технологических и информационно-коммуникативных технологий Владеет: - навыками разработки и применения технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий, с учетом индивидуальных и специальных требований туриста.	Тестовые и ситуационные задания

Продолжение таблицы

1	2	3	4
	<p>ПК-3.3 Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий</p>	<p>Знает: современные технологические и информационно-коммуникативные технологии и возможности их применения для решения профессиональных задач Умеет: - применять современные технологические и информационно-коммуникативные технологии для решения профессиональных задач Владеет: - навыками выбора адекватных профессиональным задачам инновационных технологий и коммуникаций при реализации туристских услуг</p>	<p>Тестовые и ситуационные задания</p>
	<p>ПК- 3.4. Использует инновационные технологии и коммуникации при реализации туристских услуг</p>	<p>Знает: - современное состояние и основные тенденции развития инновационной деятельности в туризме Умеет: - использовать инновационные технологии обслуживания туристов при реализации туристских услуг; Владеет: - навыками выбора адекватных профессиональным задачам инновационных технологий и коммуникаций при реализации туристских услуг</p>	<p>Тестовые и ситуационные задания</p>
<p>ПК-7 Способен продвижению туристского продукта с использованием современных технологий</p>	<p>ПК-7.1. Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта.</p>	<p>Знает: - основные формы и методы продвижения туристского продукта на современном рынке туристских услуг Умеет: - применять актуальные формы подготовки и продвижения туристского продукта на современном рынке туристских услуг с использованием современных технологий в индустрии туризма Владеет: -навыками применения современных инструментов маркетинга при продвижении туристского продукта.</p>	<p>Тестовые и ситуационные задания</p>
	<p>ПК-7.4 Применяет современные инструменты маркетинга при продвижении туристского продукта</p>	<p>Знает: - основные формы и методы продвижения туристского продукта на современном рынке туристских услуг Умеет: - применять актуальные формы подготовки и продвижения туристского продукта на современном рынке туристских услуг с использованием современных технологий в индустрии туризма Владеет: -навыками применения современных инструментов маркетинга при продвижении туристского продукта.</p>	<p>Тестовые и ситуационные задания</p>

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов

Тематический план форма обучения – очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1.	Тема 1. Проблемы и перспективы внедрения инноваций в туристской деятельности: терминология и классификация	7	1-2	2	2			8	
2.	Тема 2. Государственное регулирование и нормативно-законодательная база инновационного развития.	7	3-4	2	2		2	8	
3.	Тема 3. Понятие инновационной среды туристской организации и инновационная политика государства в сфере услуг	7	5-6	2	2		2	8	Рейтинг-контроль №1
4.	Тема 4. Особенности внедрения информационных технологий в сфере услуг	7	7-8	2	2		2	8	
5.	Тема 5. Инновационный маркетинг в сфере услуг: основные направления и технологии	7	9-10	2	2		2	8	
6.	Тема 6. Содержание и организация инновационного менеджмента	7	11-12	2	2		2	8	Рейтинг-контроль №2
7.	Тема 7 Анализ и специфика внедрения инновационных туристских проектов. Финансирование инновационных проектов.	7	13-14	2	2		2	8	
8.	Тема 8. Управление рисками инновационных процессов	7	15-16	2	2		2	8	
9.	Тема 9 Анализ и специфика внедрения инновационных туристских проектов. Оценка эффективности инновационного проекта	7	17-18	2	2		2	8	Рейтинг-контроль №3
Всего за 7 семестр:				18	18		16	72	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР				-					
Итого по дисциплине				18	18		16	72	Зачет

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1 Проблемы и перспективы внедрения инноваций в туристской деятельности: терминология и классификация

Специфика терминологии инновационной деятельности. Классификация и функции инноваций. Основные характеристики и сущность инноваций. Специфика инноваций в туристской деятельности. Инновационная среда туристского предприятия.

Тема 2. Государственное регулирование и нормативно-законодательная база инновационного развития.

Национальная инновационная система. Государственная поддержка и стимулирование инновационных процессов и инновационной деятельности. Регулирование инновационной деятельности в России и за рубежом. Нормативно-правовое регулирование: правовые акты и законы РФ. Саморегулирование туристического рынка. Инновационные туристские проекты в поле интеллектуальной собственности. Интеллектуальная собственность, как товар. Использование прав на интеллектуальную собственность в туризме. Охрана и защита интеллектуальной собственности. Международные соглашения об интеллектуальной собственности. Всемирная туристическая организация и ее деятельность.

Тема 3. Понятие инновационной среды туристской организации и инновационная политика государства в сфере услуг

Факторы, влияющие на инновационную среду фирмы. Факторы микро- и макросреды. Проблемы, связанные с управлением инновационной средой туристской фирмы: сложность, изменчивость, асимметричность информации и др.

Инновационная политика государства в области туризма: основное содержание, задачи и направления. Роль инноваций в туризме.

Инновационная политика туристского предприятия: сущность и основные этапы разработки инновационной политики туристского предприятия. Управленческие, организационные, производственные и др. инновации. Понятие интрапренерства и его основные черты.

Тема 4. Особенности внедрения информационных технологий в туризме.

Система информационных технологий в туризме. Влияние инновационных информационных технологий на развитие туризма. Инновационные направления использования Интернета.

Электронная коммерция в туризме. Мультимедийные технологии в туристской деятельности (характеристика профильных проектов). Информационные системы менеджмента. Информационные технологии в системах управления гостиничными комплексами. Пакеты финансового менеджмента турфирм и отелей. Управление проектами с помощью Microsoft Project.

Тема 5. Инновационный маркетинг в туризме: основные направления и технологии

Инновационный маркетинг: понятие, виды, принципы, роль. Государственная политика в сфере маркетинга туристских продуктов регионов.

Стратегический инновационный маркетинг. Оперативный инновационный маркетинг. Этапы разработки нового продукта. Продвижение нового турпродукта на рынок. Процесс принятия нового турпродукта покупательской аудиторией. Выбор стратегии ценообразования на новый турпродукт.

Выставочная деятельность в туризме. Основные направления инновационной рекламной и издательской деятельности в туризме.

Создание единой информационной службы. Туристские информационные центры.

Маркетинг туристских дестинаций. Жизненный цикл туристской дестинации. Специфика бренда и брендинга туристского направления, их назначение и функции.

Инновационные виды туристского продукта. Инновационные решения по продукту. Стадии инновационного процесса, возможные решения.

Инновационные методики рекламирования и продвижения туристского продукта.

Тема 6. Содержание и организация инновационного менеджмента.

Инновационный менеджмент: характеристика, функции и задачи, принципы и методы организации. Инновационная стратегия и тактика развития. Инновационный потенциал туристической фирмы, как объекта управления.

Система управления в инновационном менеджменте. Содержательная характеристика инновационного проектирования в туризме. Туристско-рекреационные кластеры как направление инновационного менеджмента. Организация инновационного управления на предприятии. Структура системы инновационного менеджмента организации. Перспективные инновационные проекты в туризме. Основные направления развития инновационной деятельности в туризме. Инновации внутренней организации современной туристской фирмы.

Тема 7. Анализ и специфика внедрения инновационных туристских проектов. Финансирование инновационных проектов.

Анализ и специфика внедрения инновационных туристских проектов. Рынок инноваций (российский и зарубежный опыт) – секторальный анализ. Выявление и характеристика перспективных инновационных проектов, направленных на развитие туризма.

Источники финансирования инновационных проектов: бизнес, государственные инвестиции, и целевые программы

Тема 8. Управление рисками инновационных процессов.

Характеристика инновационного проекта. Риск в инновационной деятельности. Роль концепции риска в управлении инновационными проектами. Управление рисками инновационных проектов. Учёт факторов риска и инфляции. Методы снижения рисков инновационной деятельности.

Тема 9. Анализ и специфика внедрения инновационных туристских проектов. Оценка эффективности инновационного проекта.

Специфика проектной деятельности в туризме. Рынок инноваций (российский и зарубежный опыт). Перспективные инновационные проекты в туризме - анализ и особенности внедрения. Оценка эффективности на основе достижения цели. Экономические показатели эффективности инновационных проектов.

Содержание практических занятий по дисциплине

Тема 1. Инновации: понятия, определения, виды. Модели и формы инновационной деятельности.

Изучение сущности и характеристики инновации, инновационного продукта, инновационного процесса, инновационной активности туристского предприятия. Факторы, влияющие на успешность инновационных процессов, методики активизации инновационных процессов, модели инновационных процессов в сфере туризма. Критерии успешности инновации: новизна, уникальность, ликвидность, устойчивость.

Форма занятия – устный опрос, групповой анализ ситуаций с элементами дискуссии

Тема 2. Государственное регулирование и нормативно-законодательная база инновационного развития.

Изучение нормативно -законодательной базы: правовые акты и законы РФ в области инновационного развития. Изучение порядка охраны и защиты интеллектуальной собственности, международных соглашений об интеллектуальной собственности. Всемирная туристическая организация и ее деятельность.

Форма занятия – устный опрос, докладь, групповой анализ ситуаций с элементами дискуссии

Тема 3. Понятие инновационной среды туристской организации и инновационная политика государства в туризме

Изучение факторов, влияющих на инновационную среду фирмы и проблем, связанных с управлением инновационной средой туристской фирмы: сложность, изменчивость, асимметричность информации и др.

Анализ основных направлений инновационной деятельности в современном туризме, содержания, задач и направлений инновационной политики государства в области туризма

Форма занятия – устный опрос, доклады, дискуссия, тестирование.

Тема 4. Использование информационных технологий в туризме.

Изучение специфики развития информационных технологий в секторах современной туристской индустрии. Анализ видового разнообразия и особенностей продвижения Российских и зарубежных туристских интернет – проектов. Специфика информатизации туристской сферы.

Форма занятия – устный опрос, презентации, доклады

Тема 5. Инновационный маркетинг в туризме: основные направления и технологии

Анализ направлений инновационного маркетинга в туризме. Специфика брендинга туристских территорий (характеристика ведущих проектов). Инновационные формы продвижения туристского продукта (анализ практического опыта).

Форма занятия – доклады, презентация, дискуссия

Тема 6. Содержание и организация инновационного менеджмента.

Анализ направлений инновационного менеджмента в туризме. Перспективные инновационные проекты в туризме (характеристика проектов). Инновационные формы продвижения туристского продукта (анализ практического опыта).

Форма занятия – доклады, презентация, дискуссия, тестирование.

Тема 7. Анализ и специфика внедрения инновационных туристских проектов. Финансирование инновационных проектов.

Характеристика этапов разработки нового туристского проекта. Анализ инновационных туристских проектов на примере регионов России. Характеристика инновационных проектов на примере Европы и США.

Форма занятия – устный опрос, дискуссия, рецензирование выступлений.

Тема 8. Управление рисками инновационных процессов.

Изучение характеристик инновационного проекта и видов рисков в инновационной деятельности, способов управления рисками инновационных проектов и методов снижения рисков инновационной деятельности.

Форма занятия – устный опрос, доклады, групповой анализ ситуаций с элементами дискуссии.

Тема 9. Анализ и специфика внедрения инновационных туристских проектов. Оценка эффективности инновационного проекта.

Характеристика этапов разработки нового туристского проекта. Целевые группы потребителей туристских проектов. Анализ инновационных туристских проектов (на основе регионов России).

Экономические показатели эффективности инновационных проектов.

Форма занятия – доклады, презентация, дискуссия, тестирование.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости проводится в форме рейтинг-контроля три раза в семестр. Типовые задания для проведения текущего контроля приведены ниже.

Рейтинг-контроль № 1

1. К факторам, определяющим инновацию не относятся:

- а) рыночная среда;
- б) инновационные финансовые ресурсы;
- в) реклама;
- г) потребители.

2. «Центр» инноваций в США – «Силиконовая долина», а в России:

- а) Казань;
- б) Уфа;
- в) Сколково;
- г) Москва.

3. Инновационная стратегия предприятия: бороться за выживание, используя привычные консервативные технологии при минимуме затрат на нововведения называется....

- а) наступательная; б) традиционная; в) зависимая; г) имитационная.

4. Жизненный цикл инноваций - это:

- а) период времени между появлением новации и её воплощением;
- б) период времени от зарождения идеи, создания и распространения новации и до ее использования;
- в) процесс введения новации на рынок;
- г) период времени между началом воплощения новации и её уходом с рынка.

5. Процессу обновления услуг сферы туризма свойственны:

- а) недетерминированность работ;
- б) частичная детерминированность работ;
- в) высокая степень детерминированности работ;
- г) низкая динамичность производственных показателей.

6. Социальные инновации подразделяются на следующие виды:

- а) промышленные материалы
- б) организационно-управленческие
- в) комбинаторные
- г) модифицирующие

7. Уровень наукоемкости продукции определяют следующие факторы:

- а) степень организационной сложности осуществления инновационных процессов;
- б) объем продаж;
- в) расходы по маркетингу;
- г) профессиональный уровень специалистов.

8. Инновационный цикл разработки и внедрения в практику туристского продукта включает следующие этапы

- а) эксперимент;
- б) диффузия;
- в) организация рекламы и сбыта
- г) стратегическое планирование.

9. Инновационный лаг - это:

- а) период времени между появлением новации и воплощением ее;
- б) период времени от зарождения идеи, создания и распространения новации и до ее использования;
- в) процесс введения новации на рынок;
- г) период времени между началом воплощения новации и ее уходом с рынка.

10. Относительная новизна имеет следующие виды:

- а) условная новизна;
- б) модифицирующая новизна;
- в) открывающая новизна;
- г) целесообразная новизна.

11. Псевдоновизна – это:

- а) когда отдельные элементы являются новыми;
- б) более низкие затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, освоение и использование, отнесенные к объему полезной работы, чем у заменяемой;
- в) не улучшение продукции, а ее видоизменение;
- г) необычное сочетание ранее известных элементов;

12. Классическая модель развития фирмы это:

- а) поиск новых путей посредством реализации концепции возрастающей эффективности на основе инвестиционных бизнес-процессов;
- б) всё больше «того же самого»;
- в) репродуктивное (или рутинное) расширенное воспроизводство при имеющемся стабильном спросе с расчетом на максимальную отдачу ресурсов;
- г) когда стратегическими целями развития являются повышение конкурентоспособности и рыночной ценности фирмы.

13. Наиболее сложным и многоэтапным является инновационный процесс реализации:

- а) продуктовых инноваций;
- б) социально-управленческих инноваций;
- в) технологических инноваций;
- г) экономических инноваций.

14. Инновационный цикл разработки и внедрения в практику туристского продукта включает следующие этапы:

- а) исследование;
- б) разработка;
- в) обучение кадров для реализации новой услуги;
- г) диффузия.

15. Жизненный цикл инновационного проекта включает следующие стадии:

- а) формирование инновационной идеи;
- б) освоение широко распространённой услуги;
- в) использование у потребителя, предоставление услуг и обеспечение безаварийной и экономичной работы;
- г) завершение проекта.

Рейтинг-контроль № 2

1. Инновационный менеджер имеет дело с:

- а) составлением бизнес-планов;
- б) проектированием новшеств;
- в) управлением инновационными процессами;
- г) совершенствованием технологического процесса

2. Что является специфическим содержанием инновации?

- а) самостоятельный круг проблем;
- б) усовершенствование технологического процесса;
- в) изменения.

3. Что необходимо для быстрого распространения инновации?

- а) сплоченный творческий коллектив;
- б) наличие идей;
- в) развитая инфраструктура.
- г) инновации в сфере управления

4. Сдерживает введение новшеств в сфере туризма:

- а) консерватизм большинства управленцев и отсутствие интереса к инновациям у подавляющего числа клиентов
- б) нерушимость коммуникационных барьеров между учеными и управленцами;
- в) чрезмерные расходы, связанные с внедрением новшеств
- г) высокий уровень риска при реализации намечаемых программ

5. Что является одним из главных критериев успеха инноваций в туризме:

- а) эффективная кадровая политика;
- б) объективная маркетинговая политика;
- в) стимулирующая сбытовая политика и создание клиенто-ориентированной фирмы;
- г) эффективность внедрения новшеств

6. При проведении исследования следует опираться на два следующих типа инноваций в туризме

- а) улучшающие и прорывные;
- б) модифицирующие и стратегические;
- в) клиентоориентированные и рационализирующие деятельность фирмы
- г) сотрудничество с другими компаниями, изменение структуры компании и внедрение новых методов работы

7. Какие инновации учитывают инновационный потенциал и степень новизны:

- а) стратегические;
- б) замещающие;
- в) радикальные.
- г) экономические

8. Какие инновации характеризуют распространенность:

- а) локальные;
- б) открывающие;
- в) диффузные.
- г) стратегические

9. Венчурный бизнес характерен для:

- а) крупных фирм;
- б) средних фирм;
- в) малых фирм.
- г) микро-фирм

10. Фирмы-эксплеренты занимаются:

- а) разработкой новшеств;
- б) продвижением новшеств на рынок.
- в) средним и мелким бизнесом, ориентированным на удовлетворение местно-национальных потребностей;
- г) удовлетворением потребностей на узком сегменте рынка

11. К видам инновационной деятельности не относится...

- а) выпуск новой или усовершенствованной продукции;
- б) маркетинговая деятельность по продвижению новой или усовершенствованной продукции;
- в) выполнение научных исследований и опытно-конструкторских разработок;

г) производство традиционной продукции предприятия.

12. Инновационная стратегия предприятия: бороться за выживание, используя привычные консервативные технологии при минимуме затрат на нововведения называется...

- а) наступательная;
- б) традиционная;
- в) зависимая;
- г) имитационная.

13. Социальные инновации подразделяются на следующие виды:

- а) промышленные материалы
- б) организационно-управленческие;
- в) комбинаторные
- г) модифицирующие.

14. Уровень наукоемкости продукции определяют следующие факторы:

- а) степень организационной сложности осуществления инновационных процессов
- б) объем продаж;
- в) расходы по маркетингу
- г) профессиональный уровень специалистов.

15. К какой фазе цикла инновационного менеджмента относится руководство?

- а) 1;
- б) 2;
- в) 4
- г) 3

Рейтинг-контроль № 3

1. Матричная форма управления применяется, как правило, для проектов с продолжительностью цикла

- а) менее года;
- б) менее двух лет;
- в) от двух до пяти лет;
- г) более пяти лет.

2. Преимущества проектной формы управления:

- а) возможность широкого использования при реализации инновационных проектов унифицированных и стандартизированных решений и конструкций.
- б) все усилия руководителя проекта и команды исполнителей концентрируются на решении одной единственной задачи.
- в) отсутствие дублирования функций вновь созданной команды и постоянно действующих подразделений фирмы;
- г) реализуется принцип единоначалия, поскольку все члены команды полностью ориентированы на проект и его руководителя.

3. Недостатки проектной формы управления

- а) наличие своеобразных филиалов функциональных отделов предприятия внутри проектной команды, что приводит к дублированию функций, перерасходу ресурсов и времени.
- б) сложность планирования, контроля и оперативного регулирования хода выполнения исследовательских и проектных работ ввиду большого количества специализированных подразделений, каждое из которых имеет свои собственные, локальные цели.
- в) сложность формирования команды.
- г) возникновение конфликтных ситуаций вследствие двойственного положения участников и временного характера их работы.

4. Преимуществами использования акционерного капитала для финансирования инновационных проектов являются:

- а) новое предприятие в форме акционерного общества в первые годы может вообще не выплачивать дивиденды, а реинвестировать их в развитие фирмы;
- б) необходимость иметь залоговые гарантии;
- в) возможность передачи залога (или части активов) в счет долговых обязательств;
- г) возможность повышения курсовой стоимости акций.

5. Во время текущей деятельности туристской предпринимательской фирмы не решаются задачи:

- а) эффективного использования имеющихся мощностей;
- б) разработка стратегических планов по реализации инноваций;
- в) определение необходимых средств для достижения стратегических целей;
- г) выполнение договорных обязательств.

6. Недостатками использования акционерного капитала для финансирования инновационных проектов являются:

- а) возможность потери контрольного пакета акций действующими собственниками;
- б) необходимость иметь залоговые гарантии;
- в) возможность уменьшения прибыли и дивидендов, приходящихся на одну акцию
- г) ограниченность срока использования заемных средств

7. Что необходимо для быстрого распространения инновации?

- а) сплоченный творческий коллектив;
- б) наличие идей;
- в) развитая инфраструктура.
- г) объективная маркетинговая политика;

8. Какие инновации учитывают инновационный потенциал и степень новизны:

- а) стратегические;
- б) замещающие;
- в) радикальные.
- г) экономические

9. Чтобы обнаружить факторы, оказывающие воздействие на творческую созидательную деятельность турфирмы необходимо определить:

- а) ключевые элементы эффективности внедрения новшеств;
- б) наиболее важные составляющие процесса инноваций, в том числе на основе проведения углубленного ситуационного анализа деятельности туристского предприятия и развернутого исследования направлений инновации;
- в) подробно исследовать деятельность на рынке
- г) изучить опыт конкурирующих фирм

10. Чистый дисконтированный доход (NPV) это...

- а) сумма валовых дисконтированных доходов за время осуществления проекта.
- б) разница между суммой текущих стоимостей за период использования проекта (дисконтированных денежных потоков) и дисконтированной величиной инвестиционных вложений
- в) дисконтированный доход, делённый на инвестиции по проекту
- г) величина денежного потока за определённый период, умноженного на коэффициент дисконтирования минус дисконтированная величина инвестиционных вложений.

11. Расчёт показателя IRR необходим для:

- а) оценки эффективности проекта
- б) определения рентабельности проекта
- в) определения пороговой величины процентной ставки, выше которой кредит нецелесообразен, так как проект становится неэффективным
- г) определения рисков по проекту

12. Инновационный проект включает:

- а) оказание широко распространённых услуг;
- б) форму целевого управления инновационной деятельностью;
- в) снятие с производства заменяемой продукции;
- г) комплект определённых документов

13. Стратегическое планирование инноваций осуществляет:

- а) преимущественно высший уровень менеджмента;
- б) высший и низший уровень менеджмента;
- в) преимущественно низший уровень менеджмента;
- г) средний уровень менеджмента.

14. Стратегическое планирование инноваций осуществляется с акцентом:

- а) на кратко- и среднесрочный период времени;
- б) акцент на долгосрочный период времени;
- в) на среднесрочный период времени;
- г) краткосрочный период времени

15. Наиболее сложным и многоэтапным является инновационный процесс реализации:

- а) продуктовых инноваций;
- б) социально-управленческих инноваций;
- в) технологических инноваций;
- г) экономических инноваций.

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины (зачет).

Вопросы к зачету по дисциплине:

1. Специфика терминологии современной инновационной деятельности.
2. Классификация и функции инноваций
3. Задачи инновационной деятельности в сфере услуг
4. Роль Всемирной туристской организации в стимулировании и развитии инноваций
5. Государственная поддержка инновационной деятельности в России
6. Специфика оценки эффективности инновационных проектов в сфере услуг.
7. Научно-технические нововведения и развитие инновационных процессов в в сфере услуг
8. Особенности применения новых компьютерных технологий в туризме: мультимедиа в туризме
9. Цифровизация сферы услуг в современных условиях
10. Новации в брендировании туристских территорий (российский опыт)
11. Новации в брендировании туристских территорий (зарубежный опыт)
12. Инновационные формы продвижения туристского продукта (российский туристский рынок)
13. Понятие и сущность инноваций.
14. Циклы деловой активности Шумпетера и развитие его теорий
15. Современный этап в развитии теории инноваций.
16. «Нововведение», «инновация»: определение понятий.
17. Свойства инновации.
18. Источники инновационных возможностей
19. Сущность и содержание деятельности инновационного менеджмента.
20. Понятие и содержание инновационной деятельности.
21. Инновационная сфера и её элементы.
22. Рынок инноваций.
23. Национальная инновационная система.
24. Государственная поддержка и стимулирование инновационных процессов.

25. Научно-технический потенциал России.
26. Государственная инновационная стратегия.
27. Инновационная стратегия предприятий.
28. Принципы планирования инноваций.
29. Содержание инновационного проекта.
30. Организация инновационной деятельности в в сфере услуг.
31. Цели и задачи инновационной деятельности в в сфере услуг.
32. Создание нововведений и их внедрение.
33. Классификация предприятий по типу инновационного поведения.
34. Виды эффекта и принципы расчета эффективности инновационных проектов.
35. Оценка используемых ресурсов.
36. Оценка эффективности инвестиционно-инновационных проектов.
37. Специфика оценки эффективности инновационных проектов в туристской сфере.
38. Научно-технические нововведения и развитие инновационных процессов в туризме
39. Особенности применения новых компьютерных технологий в сфере услуг.
40. Цифровизация сферы услуг в современных условиях

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям, выполнение индивидуального задания (реферат), подготовка презентации доклада.

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему контролю и промежуточной аттестации. Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с первоисточниками, изучения предметной специфики курса. Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены бакалаврами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы бакалавров над учебной программой курса осуществляется в ходе практических занятий методом устного опроса или ответов на вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в программе вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на практических занятиях.

Самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы студента выступают:

для овладения знаниями:

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста;
- конспектирование текста;
- выписки из текста;
- работа со словарями и справочниками;
- учебно-исследовательская работа;
- использование компьютерной техники и Интернета и др. при выполнении творческих домашних заданий.

для закрепления и систематизации знаний:

- работа с конспектом лекций (обработка текста);
- повторная работа над учебным материалом (электронного учебника, первоисточника,

дополнительной литературы);

- составление плана и тезисов ответа на вопросы промежуточного контроля;
- аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.);
- подготовка сообщений на практическом занятии и др. для формирования умений и навыков;
- подготовка сообщений по заданным темам;
- решение ситуационных (профессиональных) заданий;

Проработка вопросов, выносимых на самостоятельное изучение состоит в изучении, конспектировании и анализе литературных источников.

Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов тем дисциплины:

1. Необходимо прочитать литературные источники, проанализировать качество и полноту изложения материала по изучаемым вопросам в литературных источниках.
2. Рекомендуется письменно составить свои вопросы к тексту (не менее трех).
3. Рекомендуется дать собственные комментарии прочитанному материалу, аргументацию своей интерпретации.
4. Контроль выполнения внеаудиторной самостоятельной работы осуществляется на практических занятиях, индивидуальных и групповых консультациях, защите реферата, экзамене.

Примерная тематика рефератов и докладов:

(может быть расширена с учетом интересов студентов)

1. Инновации и их роль в современном мире.
2. Теории инновационных процессов Н.Д. Кондратьева, Й. Шумпетера.
3. Оценка специфики инновационного рынка России
4. Влияние политической, экономической и социальной сфер на инновационные процессы в туризме (на примере России)
5. Влияние политической, экономической и социальной сфер на инновационные процессы в туризме (на примере зарубежных стран)
6. Стимулирование инновационной деятельности в современном туризме (на примере России)
7. Стимулирование инновационной деятельности в современном туризме (на примере зарубежных стран)
8. Ранжирование инновационных проектов в туризме по регионам России.
9. Предпринимательство и инновации в туристской сфере
10. Сущность и функции инновационной деятельности.
11. Инновационная деятельность в туризме.
12. Государственное регулирование инновационного развития.
13. Стратегия и планирование инновационной деятельности.
14. Инновационные проекты.
15. Управление инновационной деятельностью в компании.
16. Интеллектуальная собственность в инновационных процессах.
17. Охрана и защита интеллектуальной собственности.
18. Влияние научно-технических нововведений на развитие туризма.
19. Инновации в сфере гостеприимства.
20. Развитие информационных технологий и их применение в туризме.
21. Глобальные распределительные системы.
22. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации туристского продукта.
23. Роль Всемирной туристской организации в стимулировании и распространении инноваций.

24. Роль лидера в инновационной деятельности.
25. Характеристика мировых тенденций развития науки и техники
26. Туристический продукт и этапы его разработки.
27. Инновационные технологии и методики продвижения туристического продукта.
28. Коммерциализация туристического продукта.
29. «Новый» туризм, как будущее туристического бизнеса.
30. Необычные туристические маршруты мира.
31. Оценка специфики инновационного рынка России
32. Влияние политической, экономической и социальной сфер на инновационные процессы в туризме (на примере России)
33. Влияние политической, экономической и социальной сфер на инновационные процессы в туризме (на примере зарубежных стран)
34. Стимулирование инновационной деятельности в современном туризме (на примере России)
35. Стимулирование инновационной деятельности в современном туризме (на примере зарубежных стран)
36. Ранжирование инновационных проектов в туризме по регионам России.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
Основная литература		
1. Спиридонова, Е.А. Управление инновациями: учебник и практикум для вузов / Е.А. Спиридонова-Москва: Издательство Юрайт, 2021.— 298 с.— (Высшее образование).— ISBN 978-5-534-06608-1.	2021	https://urait.ru/bcode/474270 (дата обращения: 01.06.2021).
2. Хотяшева, О.М. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев.— 3-е изд., перераб. и доп.— Москва: Издательство Юрайт, 2021.— 326 с.— (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5.	2021	https://urait.ru/bcode/468791 (дата обращения: 01.06.2021).
3. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 256 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07859-6. // ЭБС Юрайт [сайт].	2019	https://biblio-online.ru/bcode/437225
Дополнительная литература		
1. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин.— 2-е изд., испр. и доп.— Москва: Издательство Юрайт, 2021.— 366 с.— (Высшее образование).— ISBN 978-5-534-07713-1.	2021	https://urait.ru/bcode/472711 (дата обращения: 28.07.2021).L:
2. Добренков, В. И. Инновационный менеджмент	2020	https://www.studentlibrary.ru/book/ISB

: учебник для вузов / Добренников В. И. , Журавлев В. Г. , Журавлев Г. В. , Гурнина Д. А. - Москва : Академический Проект, 2020. - 344 с. (Gaudeamus) - ISBN 978-5-8291-3169-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL :		N9785829131692.html (дата обращения: 28.07.2021)..
3. Баранчеев, В.П. Управление инновациями: учебник для академического бакалавриата/ В. П. Баранчеев, Н.П.Масленникова, В.М.Мишин.— 3-е изд., перераб. и доп.— Москва: Издательство Юрайт, 2019.— 747 с.— (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11705-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:	2021	https://urait.ru/bcode/445971 (дата обращения: 28.07.2021).
4. Комарова, Л.К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для вузов/ Л.К.Комарова; ответственный редактор В.П.Нехорошков.— 2-е изд., перераб. и доп.- Москва: Издательство Юрайт, 2021.- 194с. (Высшее образование).— ISBN 978-5-534-06841-2	2021	https://urait.ru/bcode/471502 (дата обращения: 01.06.2021).
5. Лапин, Н.И. Теория и практика инноватики: учебник для вузов/ Н.И.Лапин, В.В.Карачаровский.— 2-е изд.— Москва: Издательство Юрайт, 2021.— 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11073-9.	2021	https://urait.ru/bcode/475652 (дата обращения: 28.07.2021).

6.2. Периодические издания

1. Журнал Инновации и инвестиции,
2. Журнал «Турбизнес»
3. Газета «Туринфо»

6.3. Интернет ресурсы

1. Ассоциация туроператоров России - URL: <https://www.atorus.ru/>
2. Российский союз туриндустрии- URL: <http://www.rostourunion.ru>
3. Всемирная туристская организация - URL: <http://www.world-tourism.org>
4. Главный информационно-вычислительный центр Министерства культуры Российской Федерации -URL: [http:// www.givc.ru](http://www.givc.ru)
5. Федеральный портал «Российское образование» -URL: <http://edu.ru/>
- 6.Официальный интернет-портал Федеральной службы государственной статистики (Росстат). URL: <http://www.gks.ru/>
- 7.Электронная библиотечная система ВлГУ. – URL: <http://library.vlsu.ru/>
- Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - URL: <http://www.consultant.ru;>
- 8.Сайт научной библиотеки ВлГУ - URL:[http://library.vlsu.ru/;](http://library.vlsu.ru/)
- 9.Библиографическая и реферативная база данных научных публикаций Scopus - URL:[http://www.scopus.com/;](http://www.scopus.com/)
10. База данных международных индексов научного цитирования Web of Science - URL: webofscience.com

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы: аудитории, оснащенные мультимедиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без специального оборудования.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет MS-Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader; СПС «Консультант Плюс» (инсталлированный ресурс ВлГУ).

Примечание:

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочую программу составил К.Тех.И. Шришкин О.И. Шур.

Рецензент

(представитель работодателя): ген. директор ООО тур. фирма «Мост» Савельева Е.В.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры : ТиС*

Протокол № 1 от 30.08.21 года

Заведующий кафедрой ТиС

(ФИО, подпись)

Гужова Л.Г.



Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления: 43.03.02 «Туризм»

Протокол № 1 от 30.08.21 года

Председатель комиссии

(ФИО, подпись)

Ареев О.В.

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 2022/2023 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 30.08.2022 года

Заведующий кафедрой ТиС кандидат пед. наук Гужова Л.Г. _____



Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____