

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



УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по учебно-методической работе

А.А. Панфилов

« 20 » 01 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИННОВАЦИИ В ГОСТИНИЧНОМ ДЕЛЕ

Направление подготовки 43.03.03 ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

Профиль программа подготовки ГОСТИНИЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Уровень высшего образования БАКАЛАВРИАТ

Форма обучения ОЧНАЯ

Семестр	Трудовоемкость зач. ед, час	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточ- ного контроля (экз./зачет)
8	4; 144	18	36		63	Экзамен (27)
Итого	4; 144	18	36		63	Экзамен (27)

Владимир 2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Инновации в гостиничном деле» является на базе теоретико-практических знаний овладение комплексом знаний о современных инновационных технологиях в гостиничном бизнесе.

Задачами дисциплины являются:

- приобретение комплекса знаний о необходимости и видах инноваций в гостиничном бизнесе;
- овладение навыками моделирования инновационных процессов в гостиничном предприятии;
- формирование умений разрабатывать стратегии развития гостиничного предприятия;
- формирование навыков планирования инновационной деятельности гостиничного предприятия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Инновации в гостиничном деле» является дисциплиной вариативной части учебного плана по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело».

Процесс изучения дисциплины «Инновации в гостиничном деле» направлен на формирование у студентов подходов к генерированию и внедрению нововведений в гостиничных предприятиях, способствующих созданию новых потребительских стоимостей (ценностей) и обеспечивающих устойчивые конкурентные преимущества.

Дисциплины, необходимые для освоения данной учебной дисциплины: «Организация гостиничного дела», «Управление инвестициями в гостиничном бизнесе».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей профессиональной компетенцией (ПК-11) в научно-исследовательской деятельности:

- готовность к применению инновационных технологий в гостиничной деятельности и новых форм обслуживания потребителей.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- сущность и виды инноваций;
- модели инновационного цикла и закономерности инновационных процессов;
- различия между стабильной деятельностью и инновационными процессами на предприятиях гостиничной индустрии;

- виды инновационных стратегий и условия их реализации (ПК-11);

- особенности инновационных проектов, их структуру и порядок разработки;

уметь:

- оценивать масштабы будущих инноваций;
- формировать инновационную стратегию гостиничного предприятия;
- осуществлять и обосновывать выбор вида инновационной стратегии для конкрет-

ного гостиничного предприятия (ПК-11);

- разрабатывать инновационный проект, осуществлять его маркетинговое обоснование и экспертизу и применять на практике методы управления проектами (ПК-11);
 - использовать различные методы оценки и отбора проектов для гостиничных предприятий;
- владеть:
- методами непрерывного поиска возможностей нововведений в гостиничные предприятия, как основы устойчивого развития и обеспечения качественного обслуживания клиентов.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1.	Основные направления инновационного менеджмента в гостиничном бизнесе	8	1-2	2	6				15	4/50%	
2.	Задачи и функции управления инновациями в гостиничном бизнесе	8	2-3	4	6				10	5/50%	Рейтинг-контроль 1
3.	Инновационная политика гостиничных предприятий	8	4-5	4	8				15	6/50%	Рейтинг-контроль 2
4.	Инновационные стратегии развития гостиничных предприятий	8	6-7	4	8				10	6/50%	
5.	Управление инновационными проектами гостиничных предприятий	8	8-9	4	8				13	6/50%	Рейтинг-контроль 3
Всего				18	36				63	27/50%	Экзамен (27)

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционный курс

Тема 1. Основные направления инновационного менеджмента в гостиничном бизнесе

Определение понятий «инновация» или «нововведение» в гостиничном бизнесе. Сущность инноваций. Виды инноваций. Модели инновационного процесса. Отличия инновационного процесса от стабильного бизнес-процесса. Нелинейные механизмы, свойственные инновационному процессу в гостиничном бизнесе

Тема 2. Задачи и функции управления инновациями в гостиничном бизнесе

Предпринимательское управление на рынке гостиничных услуг. Концепции развития гостиничных предприятий. Развитие гостиничного продукта. Задачи менеджмента инноваций в гостиничном бизнесе. Жизненный цикл гостиничной услуги/продукта. Управление технологическими разрывами

Тема 3. Инновационная политика гостиничных предприятий

Особенности современных гостиничных предприятий. Ключевые компетенции гостиничного предприятия. Факторы успеха нововведений в гостиничном предприятии. Источники инновационных возможностей гостиничного предприятия. Поведение гостиничных предприятий на рынке

Тема 4. Инновационные стратегии развития гостиничных предприятий

Стратегический подход – основа управления инновациями в гостиничном бизнесе. Оценка положения гостиничного предприятия на рынке. Анализ и оценка внешней среды гостиничного предприятия. Управленческое обследование сильных и слабых сторон гостиничного предприятия. Оценка инновационного потенциала и инновационной активности гостиничного предприятия. Формирование главной цели гостиничного предприятия и ее стратегических альтернатив. Выбор стратегии гостиничного предприятия.

Виды инновационных стратегий. Наступательные и стабилизационные (оборонительные) инновационные стратегии.

Тема 5. Управление инновационными проектами гостиничных предприятий

Проект как основа инновационной деятельности гостиничного предприятия. Определение понятия «проект». Виды проектов. Структура проекта.

Финансирование проектов гостиничного предприятия. Рыночные способы привлечения средств под инновационные проекты.

Стадии инновационного проектирования. Экспертиза и отбор проектов. Критерии отбора: соответствие целям гостиничного предприятия, социальные, рыночные, научно-технические, финансовые, производственные критерии. Учет фактора риска. Экономическая оценка проекта гостиничного предприятия.

Практические занятия

Тема 1. Основные направления инновационного менеджмента в гостиничном бизнесе

Задание № 1. Предложите новшество для улучшения взаимодействия с клиентами гостиницы. Обоснуйте целесообразность осуществления новшества. Обоснование приведите в таблице.

Задание № 2. Выпишите все стадии инновационного цикла и приведите примеры, как на каждой стадии могут быть представлены предприятия гостиничной индустрии различного типа и какова их роль в обеспечении эффективного прохождения идеи от стадии фундаментальных исследований до внедрения и диффузии новшества.

Задание № 3. Представьте по предприятию сферы гостеприимства мероприятия по улучшению результатов его работы. Или, если предприятие находится в кризисном состоянии, подумайте, какие меры необходимо предпринять, чтобы обеспечить позитивные изменения. Заполните таблицу.

Тема 2. Задачи и функции управления инновациями в гостиничном бизнесе

Задание № 1. Канцелярская скрепка, как простое устройство для временного соединения нескольких листов бумаги, появилась еще в XIX веке. В наше время для этих целей

используют степлер, пружинный зажим, да и у самой скрепки появилось несколько вариантов (скрепка больших размеров или изготовленная из пластмассы). Широко распространены прозрачные пакеты – мультифоры, в которые можно поместить несколько листов бумаг, ничем не скрепляя.

Оцените преимущества и недостатки известных Вам устройств для скрепления листов бумаги и заполните таблицу.

На основании анализа сделайте прогноз: есть ли основания для близкого завершения жизненного цикла канцелярской скрепки?

Задание № 2. Проанализируйте жизненный цикл продукта или услуги предприятия сферы гостеприимства. Сопоставьте его с жизненным циклом технологии производства данного продукта. Оцените, какие меры следует предпринять для совершенствования продукта и технологии.

Для данного продукта составьте модель Т.Левитта.

Тема 3. Инновационная политика гостиничных предприятий

Задание № 1. Изучите условия инноваций, которые выделены П.Друкером и приведите собственные примеры источников инновационных возможностей для гостиничных предприятий.

Задание № 2. Изучите ситуацию «Отель как театр» и выполните задание.

Как Вы думаете, являются ли отели-театры инновационными организациями и могут ли традиционные современные отели быть инновационными. Заполните таблицу.

Тема 4. Инновационные стратегии развития гостиничных предприятий

Задание №1. На основе материалов темы выполните анализ существенных различий между наступательными и оборонительными инновационными стратегиями. В таблице приводится перечень основных характеристик стратегий, который следует дополнить собственными формулировками.

Задание № 2. Изучите ситуацию «Какая стратегия предпочтительна для компании «Тур-экстрим» и ответьте на вопросы.

Вопросы:

1. Что мешает развитию компании, а что бы Вы назвали «активом турфирмы»?
2. Имеет ли смысл развивать направление «развлечения и приключения» на данном рынке? Каким образом компания может формировать спрос на это направление?
3. Какую стратегию следует избрать региональной туристической компанией?
4. Следует ли компании изменить свое название? Аргументируйте свой ответ.

Задание № 3. Проведите анализ внешней (макро- и микроокружения) и внутренней среды предприятия и предложите инновационную стратегию, которую организации следует реализовать. Определите перечень мероприятий по реализации данной стратегии.

Задание № 4. Оцените по одной из моделей, какой тип организационной культуры на предприятии гостиничной индустрии преобладает и какой тип является предпочтительным. Каким образом руководству предприятия следует осуществлять изменение организационной культуры?

Тема 5. Управление инновационными проектами гостиничных предприятий

Задание № 1. Составить сетевой и календарный графики подготовки новогоднего праздника для гостей отеля (численность детей около 120 чел.). Состав работ и исполнителей, последовательность и взаимосвязь работ приведены в таблице.

Исполнители:

Группа планирования – 3 чел.

Анимационная группа – 7 чел.

Группа снабжения – 5 чел.

Оформительская группа – 6 чел.

Задание № 2. Рассмотрите какую-либо проблему, стоящую перед гостиничным предприятием, разработайте комплекс мероприятий по ее решению в виде проекта, оцените продолжительность отдельных работ, их логическую взаимосвязь. Разработайте сетевой график и оцените продолжительность реализации всего проекта.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Лекционный материал должен иметь проблемный характер и отражать профиль подготовки слушателей. На лекциях излагаются основные теоретические положения по изучаемой тематике. В процессе изложения всего лекционного материала по всем темам изучаемой дисциплины применяются информационно-коммуникационные технологии. По каждой теме лекционного материала разработаны презентации, которые предоставлены в электронном виде.

Практические занятия проводятся методом группового упражнения, оперативной тренировки, индивидуальных упражнений и последующим обсуждением их решений. Практические занятия по дисциплине ведутся в форме активного обучения и нацелены на закрепление и углубление теоретических знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельного изучения специальной литературы.

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

Рейтинг-контроль № 1

1. Инновация в гостиничном деле – это
 - A. набор приёмов и методов по достижению задач гостиницы
 - B. деятельность, не связанная с научно-техническими разработками
 - C. конечный результат инновационной деятельности в гостиничном предприятии
 - D. услуга на рынке гостиничных услуг
2. Инновационный менеджмент в гостинице:
 - A. совокупность методов управления персоналом гостиницы
 - B. совокупность методов и форм управления инновационной деятельностью
 - C. самостоятельная наука
3. Системный подход в гостиничном менеджменте – это
 - A. учёт отдельных мероприятий данного уровня в системе гостиничного планирования
 - B. всесторонний анализ последствий проведения рассмотренного мероприятия во всех сферах хозяйственной деятельности гостиницы
 - C. методы математического анализа, использованные при подготовке хозяйственных решений
 - D. все ответы верны

4. Какой тип развития гостиничного предприятия характеризуется выявлением и увеличением уже имеющихся ресурсов?

- A. интенсивный
- B. экзогенный
- C. экстенсивный
- D. эндогенный

5. Какое из приведенных суждений является ошибочным?

A. для гостиничной индустрии характерны короткий жизненный цикл, развитая практика копирования, размытая конкурентная среды, творческий подход к применению новых продуктов

B. развитие гостиничного предприятия за счет использования опыта лидеров отрасли относится к экзогенному типу развития

C. демографические изменения в обществе влияют на изменение спроса на продукцию и услуги гостиничного предприятия

D. устойчивое развитие гостиничного предприятия предполагает экономический рост за счет интенсивного использования природных ресурсов

6. Что означает понятие «внешняя эффективность»?

A. эффективная система мотивации гостиничного персонала

B. производство в гостиничном предприятии товаров и услуг, удовлетворяющих потребности общества

C. целенаправленная инновационная деятельность гостиничного предприятия

D. эффективная организация всех процессов в гостиничном предприятии в соответствии с современными принципами и подходами управления

E. эффективная система продвижения гостиничного продукта/услуги на рынок

7. Какая из приведенных характеристик относится к инновационному процессу в гостиничном предприятии?

A. четкое разделение прав и полномочий

B. нормативы и стандарты разработаны

C. тип процесса – дискретный

D. достижение цели - в соответствии с оперативным планом

8. Какие из утверждений ошибочные?

A. Использование средств спонсора для проведения выставки относится к эндогенному типу развития

B. Закрытие какой-либо дополнительной услуги в гостиничном предприятии является примером развития

C. Устойчивое развитие – модель движения вперед при которой достигается удовлетворение жизненных потребностей существующего поколения без лишения такой возможности будущих поколений

D. Для гостиничной отрасли характерны развитая практика копирования и длительный жизненный цикл

E. Образование, культура, здравоохранение относятся к сектору отраслей повышенного спроса на новые знания и технологии

9. Какое из действий необходимо осуществить, если гостиничный продукт вступил в этап «упадка» своего жизненного цикла?

A. расширение научно-исследовательских работ по совершенствованию гостиничного продукта

- В. увеличение затрат на рекламу гостиничного продукта
 - С. закупка нового оборудования для выпуска гостиничной продукции
 - Д. серьезный анализ уровня издержек гостиничного предприятия
10. Какое понятие характеризует «критические технологии»?
- А. Технологии, созданные для обеспечения обороноспособности государства и передаваемые в гражданскую сферу
 - В. Технологии, в разработке которых необходимо осуществить переход на более высокий научно-технический уровень в целях обеспечения развития комплексных технологий
 - С. Технологии, представляющие собой совокупность технических и технологических процессов по созданию определенного вида продукции с заданными параметрами
11. От каких факторов зависит продолжительность этапа вывода нового гостиничного продукта или услуги на рынок?
- А. Информированность потребителей
 - В. Доля новаторов среди потребителей
 - С. Копирование конкурентами новинки
 - Д. Скорость выхода на новые сегменты рынка
 - Е. Наличие недостатков, выявленных в процессе реализации и эксплуатации новинки
12. Какой показатель указывается на оси абсцисс (X) при построении жизненного цикла гостиничного продукта на рынке?
- А. Затраты
 - В. Время
 - С. Результативность
 - Д. Прибыль
 - Е. Объем реализации гостиничной продукции или услуг, произведенных на основе новой технологии
13. Что следует предпринять гостиничному предприятию на этапе насыщения рынка?
- А. Применение активных приемов стимулирования
 - В. Разработка модификаций продукта
 - С. Выход на новый сегмент рынка
 - Д. Выход на новый рынок
 - Е. Защита прав на объекты интеллектуальной собственности
 - Ф. Проведение рекламы напоминающего характера
14. Что является критерием инновации?
- А. Новая ценность, изменения во внешней среде
 - В. Уровень изменений в обществе (базовые ценности, стиль жизни и т.д.)
 - С. Новое богатство и новый потенциал действия во всех сферах человеческой деятельности
 - Д. Интересы клиентов и формирование новых потребностей
15. Выделите положения, характеризующие ключевые компетенции гостиничного предприятия
- А. обеспечивают корпоративное выживание в краткосрочном и долгосрочном периодах
 - В. «невидимы» для конкурентов и трудновоспроизводимы
 - С. основаны на использовании опыта других гостиничных предприятий

D. играют существенную роль при принятии стратегически важных решений, ценных с социальной и рыночной точек зрения

E. играют решающую роль в совершенствовании основных продуктов и услуг

16. Выделите «Четыре C потребителя»:

A. цена

F. решение клиента

B. продукт

G. издержки потребителя

C. коммуникации

H. обстановка

D. место

I. люди

E. удобство

17. Важнейшими управляемыми переменными в гостиничном предприятии являются

A. работники гостиницы фирмы, ресурсы, цель и задачи, культура и имидж;

B. строения гостиницы

C. внешняя среда

D. государственное законодательство

18. Планирование инноваций в гостиничном предприятии – это

A. процесс определения инновационного будущего гостиницы

B. процесс внедрения нового продукта гостиницы

C. рабочая гипотеза инновационной деятельности гостиницы

D. выбор действий гостиницы по достижению инновационной цели

19. Гостиницы, которые работают на узкий сегмент рынка и удовлетворяют потребности, сформированные под действием моды, рекламы и других средств, - это

A. пациенты

B. виоленты

C. коммунтанты.

20. Выберите из списка то, что относится к субъектам инновационного рынка:

A. гостиничные предприятия

B. гостиничные услуги

C. фонды

D. физические лица

Рейтинг-контроль № 2

1. Что означает формирование стратегии развития гостиничного предприятия на основе экстраполяции?

A. Перенос тенденций, сложившихся в прошлом, на будущий период

B. Оценка потенциала предприятия и определение будущего на основе возможностей и угроз

C. Прогноз будущих тенденций развития внешней среды

D. Факторный анализ внешней и внутренней среды предприятия

2. В чем смысл защитной стратегии?

A. Сознательное замедление вывода нового товара/услуги на рынок и ожидание, когда это сделает лидер

B. Осуществление исследований и обновление ассортимента гостиничных услуг в той степени, которая соответствует среднеотраслевому уровню

C. Производство товара или услуги, сочетающих свойства нескольких товаров/услуг

D. Стратегия ежедневного, ежечасного улучшения осуществляемых процессов

3. Гостиничное предприятие обладает квалифицированным персоналом, но ограниченными ресурсами, руководство не склонно к риску. Как Вы думаете, какой инновационной стратегии гостиничному предприятию следует придерживаться?

- A. оборонительной
- B. наступательной
- C. стратегии сравнительных преимуществ
- D. стратегии выживания

4. Расчет какого показателя эффективности проекта здесь приведен?

$$PI = \frac{1}{I} \times \sum_{t=0}^T \frac{NCF_t}{(1+D)^t}$$

- A. индекс доходности
- B. чистый дисконтированный доход
- C. внутренняя норма доходности
- D. срок окупаемости
- E. норма дисконта

5. Какой из перечисленных факторов будет главным при определении судьбы проекта?

- A. проект соответствует отношению предприятия к риску
- B. у организации имеются все необходимые ресурсы для осуществления проекта
- C. негативное общественное мнение о проекте
- D. ожидается приемлемая для организации норма прибыли по проекту

6. Выделите положения, характеризующие проект.

- A. благоприятное отношение различных групп к проекту;
- B. строгие и обоснованные цели;
- C. строгая заданность всех работ;
- D. неизбежность различных конфликтов;
- E. определенные сроки начала и окончания работ;
- F. ограниченные ресурсы;
- G. наличие внутренних и внешних взаимосвязей операций, задач и ресурсов;

7. Какие виды работ включает фаза начала проекта?

A. Обеспечение отчетности, управление общественными взаимоотношениями, спецификация продукции/услуг, управление организационной структурой, управление заключением контрактов, определение статуса проекта, ревизия, управление составом участников

B. Анализ внешней среды проекта, анализ участников, определение целей, выявление ограничений и оценка сложности, выбор критериев успешного завершения проекта, рассмотрение различных вариантов проекта и анализ риска, назначение цен, заключение контракта

C. Изменение оценки целей, изменение основных договоров, управление требованиями к проекту, управление изменениями

8. Выделите действия, которые вызывают сопротивление гостиничного персонала изменениям.

- A. Перемены должны инициироваться «сверху»
- B. Пропаганда необходимости изменений
- C. Нежелание руководства иметь дело с непопулярными проблемами

- D. Нежелание персонала выполнять рутинную работу
 - E. Отсутствие уважения и доверия к лицу, содействующему осуществлению изменений
9. Каким образом соотносятся изменения в людях и в организациях
- A. Человек меняется одновременно с осуществляемыми в организации переменами
 - B. Циклы перестройки в людях и в организации могут и не совпадать, происходить даже в разные периоды времени
 - C. Несмотря на различие в циклах, они практически не влияют на скорость и успешность изменений, осуществляемых в организации
10. Выделите характеристики лидера
- A. Мотивирует персонал на выполнение текущих заданий
 - B. Занимается планированием текущих операций
 - C. Организует работу персонала по выполнению плановых заданий
 - D. Располагает к себе людей и уделяет большое внимание общению
 - E. Власть делегируется снизу
 - F. Получает полномочия сверху
 - G. Формирует видение будущего и вырабатывает стратегии его достижения
11. К какому виду обучения относятся «игры»?
- A. Инновационное обучения
 - B. Сохраняющее обучение
 - C. Одна из форм переподготовки персонала
12. Выделите фундаментальные положения, на которых базируется концепция управления отношениями с клиентами гостиничных предприятий:
- A. Понимание потребительского поведения клиентов
 - B. Проведение активной рекламной кампании
 - C. Распространение информации о клиентах в масштабах всего предприятия
 - D. Предоставление любому клиенту сервиса высшего уровня
 - E. Повышение операционной эффективности с целью снижения расходов
13. Что свойственно концепции «клиент, управляющий отношениями» (CMR)
- A. Деятельность и процессы организованы вокруг продуктов и услуг гостиничного предприятия
 - B. Знает и понимает уникальные потребности клиента гостиничного предприятия
 - C. Позволяет клиенту сообщать гостиничному предприятию, что для него действительно важно
 - D. Клиент чувствует, что обладает полномочиями и властью
14. Каким термином характеризуется ситуация «...позволяет конечному пользователю активно участвовать в создании гостиничного продукта или услуги и советовать его производителям, что им нужно делать. Клиенты даже могут выбирать уровень сервиса, который лучше всего соответствует их потребностям»?
- A. Персонализация
 - B. Индивидуализация
 - C. Информационная технология
15. Какой способ сбора данных о потребностях клиента гостиничного предприятия предполагает активное вовлечение потенциальных клиентов в процесс формирования новой гостиничной услуги или продукта?

- A. Интернет-сообщество
- B. Опрос клиентов по телефону
- C. Сбор предложений о том, что хотел бы получить клиент в процессе обслуживания

D. Применение SMS-технологий

16. Выделите вопросы, которые позволяют оценить, в какой степени клиенты взаимодействуют с гостиничным предприятием?

A. Насколько гостиничное предприятие уязвимо для конкурентов?

B. Каковы частота и интенсивность разговоров сотрудников гостиничного предприятия с клиентами?

C. Легко ли клиентам получить от гостиничного предприятия необходимую им информацию?

D. Как много готовы потребители рассказать гостиничному предприятию о своих предпочтениях, потребностях и желаниях?

E. Знает ли гостиничное предприятие, как можно выйти на тех клиентов, которые больше всего удовлетворены качеством обслуживания?

17. Относительно внутренней среды инновационная стратегия гостиничного предприятия может быть:

A. продуктовая

B. функциональная

C. ресурсная

D. организационно-управленческая

E. ситуационная

18. Методами управления инвестиционным риском может быть:

A. диверсификация

B. передача (аутсорсинг)

C. вероятность возникновения

D. хеджирование

E. логическое сложение рисков

19. Относительно внешней среды инновационная стратегия гостиничного предприятия может быть:

A. наступательная

B. оборонительная

C. адаптационная

D. ситуационная

20. Укажите источники финансирования инновационной деятельности гостиничного предприятия

A. фонды венчурного капитала;

B. неформальные инвесторы («бизнес-ангелы»);

C. банки и другие источники долгового финансирования;

D. рынки ценных бумаг растущих компаний;

E. инновационные компании;

F. все вышеперечисленное

Рейтинг-контроль № 3

1. В современной теории менеджмента инновации рассматривают как

A. процесс

- В. систему
- С. изменения
- Д. результат
- Е. все вышеперечисленное

2. Укажите элементы, относящиеся к инновационным посредникам гостиничного предприятия

- А. инновационные агентства
- В. технопарки
- С. консультационные юр. центры
- Д. патентно-лицензионные организации
- Е. университеты
- Г. все вышеперечисленное

3. Укажите основные задачи государственной политики в области информационной инфраструктуры

- А. предоставление кредитных историй банкам
- В. обеспечение совместимости разрозненных информационных ресурсов
- С. обеспечение законодательной базы
- Д. создание общих условий для охраны интеллектуальной собственности
- Е. создание единого информационного пространства для создания и распространения научно-технического знания
- Г. предоставление информации о потенциальных источниках финансирования
- Ж. все вышеперечисленное

4. Укажите организационные структуры поддержки инновационной деятельности гостиничного предприятия

- А. академии и государственные научные центры
- В. посредники инновационного рынка
- С. структурные подразделения органов государственной власти и местного самоуправления
- Д. государственные и межведомственные программы
- Е. технопарки и инкубаторы
- Г. все вышеперечисленное

5. Выберите наступательные стратегии гостиничного предприятия

- А. оппортунистическая стратегия
- В. кайзен
- С. стратегия сравнительных преимуществ
- Д. зависимая стратегия
- Е. лицензионная стратегия
- Г. защитная стратегия
- Ж. оборонительная стратегия
- З. все вышеперечисленное

6. Укажите методы репозиционирования

- А. новые сферы применения
- В. привлечение новых посредников
- С. пробный маркетинг
- Д. придание нового функционального имиджа
- Е. изменение категории товара

- F. акцентирование внимание на свойствах, не выделенных ранее
 - G. все вышеперечисленное
7. Укажите виды сопротивления изменениям
- A. прямой саботаж изменений внутри организации, попытки «убрать» в связи с большим потоком текущих дел
 - B. затягивание начала изменений
 - C. невыполнение работниками новых обязанностей
 - D. возникновение непредвиденных трудностей в процессе изменений, которые ведут к замедлению процесса и увеличению расходов по сравнению с запланированными
 - E. все вышеперечисленное
8. Инновационный потенциал - это
- A. совокупность инновационных ресурсов
 - B. совокупность элементов инновационной системы
 - C. совокупность ресурсов и факторов, которые могут быть использованы для реализации инновационной деятельности
 - D. совокупность факторов, влияющих на инновационную деятельность
 - E. все вышеперечисленное
9. Какие виды маркетинга принимают решение по гостиничному продукту и типам сделок
- A. регулярный инновационный маркетинг
 - B. тактический инновационный маркетинг
 - C. санационный инновационный маркетинг
 - D. радикальный инновационный маркетинг
 - E. все вышеперечисленное
10. Выберите технологии управления ЖЦ гостиничного продукта
- A. новая рекламная стратегия
 - B. модификация продукта
 - C. введение нового продукта
 - D. совершенствование технологических процессов
 - E. модификация рынка
 - F. репозиционирование
11. Варианты финансирования инновационной деятельности гостиничного предприятия
- A. собственные ресурсы
 - B. заемные средства
 - C. роялти
 - D. совместные предприятия
 - E. услуги банков рискованных капиталов
 - F. все вышеперечисленное
12. Инновация в гостиничном деле – это
- A. набор приёмов и методов по достижению задач гостиницы
 - B. деятельность, не связанная с научно-техническими разработками
 - C. конечный результат инновационной деятельности в гостиничном предприятии
 - D. услуга на рынке гостиничных услуг
13. Инновационный менеджмент в гостинице:
- A. совокупность методов управления персоналом гостиницы

- В. совокупность методов и форм управления инновационной деятельностью
 - С. самостоятельная наука
14. Системный подход в гостиничном менеджменте – это
- А. учёт отдельных мероприятий данного уровня в системе гостиничного планирования
 - В. всесторонний анализ последствий проведения рассмотренного мероприятия во всех сферах хозяйственной деятельности гостиницы
 - С. методы математического анализа, использованные при подготовке хозяйственных решений
 - Д. все ответы верны
15. Какой тип развития гостиничного предприятия характеризуется выявлением и увеличением уже имеющихся ресурсов?
- А. интенсивный
 - В. экзогенный
 - С. экстенсивный
 - Д. эндогенный
16. Какое из приведенных суждений является ошибочным?
- А. для гостиничной индустрии характерны короткий жизненный цикл, развитая практика копирования, размытая конкурентная среды, творческий подход к применению новых продуктов
 - В. развитие гостиничного предприятия за счет использования опыта лидеров отрасли относится к экзогенному типу развития
 - С. демографические изменения в обществе влияют на изменение спроса на продукцию и услуги гостиничного предприятия
 - Д. устойчивое развитие гостиничного предприятия предполагает экономический рост за счет интенсивного использования природных ресурсов
17. Что означает понятие «внешняя эффективность»?
- А. эффективная система мотивации гостиничного персонала
 - В. производство в гостиничном предприятии товаров и услуг, удовлетворяющих потребности общества
 - С. целенаправленная инновационная деятельность гостиничного предприятия
 - Д. эффективная организация всех процессов в гостиничном предприятии в соответствии с современными принципами и подходами управления
 - Е. эффективная система продвижения гостиничного продукта/услуги на рынок
18. Какая из приведенных характеристик относится к инновационному процессу в гостиничном предприятии?
- А. четкое разделение прав и полномочий
 - В. нормативы и стандарты разработаны
 - С. тип процесса – дискретный
 - Д. достижение цели - в соответствии с оперативным планом
19. Какие из утверждений ошибочные?
- А. Использование средств спонсора для проведения выставки относится к эндогенному типу развития
 - В. Закрытие какой-либо дополнительной услуги в гостиничном предприятии является примером развития

С. Устойчивое развитие – модель движения вперед при которой достигается удовлетворение жизненных потребностей существующего поколения без лишения такой возможности будущих поколений

Д. Для гостиничной отрасли характерны развитая практика копирования и длительный жизненный цикл

Е. Образование, культура, здравоохранение относятся к сектору отраслей повышенного спроса на новые знания и технологии

20. Какое из действий необходимо осуществить, если гостиничный продукт вступил в этап «упадка» своего жизненного цикла?

А. расширение научно-исследовательских работ по совершенствованию гостиничного продукта

В. увеличение затрат на рекламу гостиничного продукта

С. закупка нового оборудования для выпуска гостиничной продукции

Д. серьезный анализ уровня издержек гостиничного предприятия

Вопросы к экзамену

1. Определение понятий «инновация», «инновации в гостиничном деле». Условия, когда новая идея становится нововведением.

2. Рыночная и научно-техническая новизна инновации.

3. Источники инноваций гостиничного предприятия.

4. Инновационный процесс гостиничного предприятия, его характеристика и особенности.

5. Этапы и стадии инновационного цикла гостиничного предприятия.

6. Виды стратегий в инновационной деятельности.

7. Особенности наступательной стратегии гостиничного предприятия.

8. Инновационные программы гостиничных предприятий: содержание, порядок подготовки, примеры.

9. Критерии оценки и отбора инновационных проектов в гостиничном бизнесе.

10. Планирование реализации инновационных проектов в гостиничном бизнесе.

11. Управление проектами в гостиничном бизнесе: содержание деятельности и основные принципы.

12. Контроль за ходом реализации инновационного проекта гостиничного предприятия.

13. Характеристика жизненного цикла гостиничного продукта/услуги.

14. Управление параметрами жизненного цикла гостиничного продукта/услуги.

15. Меры по развитию существующей гостиничного продукта/услуги.

16. Подходы к внедрению нового гостиничного продукта/услуг на рынок.

17. Зависимость между затратами на улучшение гостиничного продукта (или технологии) и полученными результатами.

18. Объективные пределы развития технологий и технологические разрывы.

19. Управление технологическими разрывами: понятие и содержание деятельности.

20. Действия гостиничных предприятий в период приближения к пределу своей технологии.

21. Факторы, затрудняющие переход к новому гостиничному продукту.

22. Функциональные роли гостиничного персонала в инновационной деятельности.

23. Методы генерирования идей.
24. Роль лидера в инновационной деятельности гостиничного предприятия.
25. Модели управления изменениями в гостиничном предприятии.

Темы для самостоятельных работ студентов

1. Обоснование аутсорсинга бизнес-процессов в гостиничном бизнесе.
2. Эффективность мультимедийных технологий в разработке презентации гостиничных услуг.
3. Оптимизация организационного и экономического взаимодействия в гостиничном бизнесе.
4. Роль аспектов экологической этики в формировании гостиничного продукта.
5. Технология внедрения инноваций в систему коммуникации гостиничного предприятия.
6. Этапы формирования уникальной концепции гостиничного предприятия.
7. Роль социальных технологий в формировании имиджа гостиничного предприятия.
8. Система мотивации творческой самореализации персонала гостиничного предприятия.
9. Роль социальных инноваций в формировании гостиничного продукта.
10. Оценка эффективности и планирование инноваций на гостиничном предприятии.

Задания для самостоятельной работы студентов

Задание № 1. Проведите опрос одной из групп потребителей по поводу гостиничных предпочтений. Оцените степень необходимости введения новшеств в услугу размещения для этой категории потребителей. Обоснуйте свои выводы. Определите направление создания инноваций для данной группы.

Задание №2. Проведите опрос менеджеров Владимирских гостиниц по поводу их инновационной деятельности. Оцените степень вовлеченности регионального рынка гостиничных услуг в инновационные процессы.

Обоснуйте свои выводы. Определите направление создания инноваций для Владимирских гостиниц.

Задание № 3. Проанализируйте сайты ведущих российских сетевых гостиниц. Определите основные тенденции инновационных процессов в гостиничной индустрии.

Задание №4. Посетите международную выставку «ПИР» (г. Москва). Используя информационные материалы выставки (буклеты, каталоги, семинары), охарактеризуйте процессы внедрения инноваций на различных направлениях развития гостиничного бизнеса.

Вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины

1. Раскрыть сущность понятий «инновации», «инноватика», «инновационный менеджмент», «инновационного гостиничного менеджмента».
2. Привести типологию инноваций в гостиничном бизнесе.
3. Перечислить и дать характеристику задачам инновационного менеджмента в гостиничном бизнесе.
4. Прокомментировать понятие инновации как «стабилизатора кризисных моментов»
5. Дать характеристику инновационному процессу в гостиничном предприятии.
6. Перечислить этапы разработки инновационной стратегии развития гостиничного предприятия.
7. На основе аспектов качества привести примеры инноваций в гостиничном предприятии.
8. Дать характеристику инновациям, меняющим физические свойства аспектов гости-

ничной услуги.

9. Привести примеры инновационных систем стимулирования сбыта гостиничных услуг.

10. Дать характеристику инновационным методам формирования пакета дополнительных услуг в гостиничном предприятии.

11. Дать характеристику инновационным методам формирования сервисной системы гостиничного предприятия.

12. Перечислить инновационные маркетинговые технологии в гостиничном бизнесе.

13. Привести типологию инновационных рисков в гостиничном бизнесе.

14. Перечислить факторы, влияющие на степень риска внедрения новой услуги в гостиничном предприятии.

15. Дать характеристику инновационным подходам к разработке концепции гостиницы.

Темы рефератов

1. Инновации в гостиничном бизнесе как экономическая категория.

2. Планирование инновационной деятельности гостиничного предприятия.

3. Управление инновациями в условиях гостиничного рынка.

4. Формы организации инновационной деятельности гостиничного предприятия.

5. Этапы инновационного процесса в гостиничном предприятии.

6. Мотивация инновационной деятельности гостиничного предприятия.

7. Механизм управления процессом НИОКР в гостиничном бизнесе.

8. Методы отбора инновационных проектов в гостиничном бизнесе.

9. Оценка эффективности инноваций в гостиничном бизнесе.

10. Финансовое обеспечение инновационных проектов гостиничного предприятия.

11. Нормативная база инновационной деятельности гостиничного предприятия.

12. Инновационная деятельность в гостиничном бизнесе.

13. Задачи и функции инноваций на предприятиях индустрии гостеприимства.

14. Инвестиционная и инновационная политика индустрии гостеприимства.

15. Особенности инновационных процессов в индустрии гостеприимства.

16. Основные направления развития инновационной деятельности в индустрии гостеприимства.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература:

1. Инновации [Электронный ресурс] / Барышева А.В. - М.: Дашков и К, 2013. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394022593.html?SSr=200133a0c0101eb567f8503>

2. Инновации в сервисе: использование инфографии [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Чулков В.О., Комаров Н.М. и пр. - М.: СОЛОН-ПРЕСС, 2014. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785913591319.html>

3. Фонотов А.Г. Россия: инновации и развитие [Электронный ресурс] / Фонотов А.Г. - М.: БИНОМ, 2013. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785996322398.html>

б) дополнительная литература;

1. Инновационное творчество - основа научно-технического прогресса. [Электронный ресурс] / Лачуга Ю.Ф., Шаршунов В.А. - М.: КолосС, 2013. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785953208215.html>

2. Аверченков, В.И. Инновационный менеджмент: учебное пособие для вузов / В.И. Аверченков, Е.Е.Ваинмаер. - 2-е изд., стер. - М.: Флинта, 2011. - 293 с. - ISBN 978-5-9765-1255-9 – Режим доступа: [http:// biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93262](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93262)

3. Агарков, А.П. Управление инновационной деятельностью: учебник / А.П. Агарков, Р.С. Голов. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 208 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02328-6. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229935>

в) периодические издания

1. «Гостиница и ресторан: бизнес и управление» - Издательство ООО «Издательство Хоспитэлити». Ведущий специализированный журнал для профессионалов индустрии гостеприимства.

2. «Гостиничное дело» - ИД «Панорама». Профессиональный журнал для специалистов в организационной, маркетинговой и финансово-хозяйственной сферах деятельности предприятий индустрии гостеприимства.

3. «Отдел продаж» - ИД «Ресторанные ведомости». Издание, предназначенное для профессионалов ресторанного и гостиничного бизнеса.

4. «Отель» - Издательство «Хэпли Пресс». Периодическое издание, посвященное вопросам гостиничного бизнеса и индустрии гостеприимства.

5. «Отель. Современный бизнес» - Издательство ООО «Наша деловая пресса». Специализированный журнал для профессионалов отельного бизнеса.

г) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Информационно-справочные отраслевые Интернет-порталы по гостиничному бизнесу.

2. «Вестник РАТА» – электронный журнал;

3. UNWTO NEWS.

4. Информационный справочник «Санаторно-курортное лечение»;

5. Journal of Hospitality, Leisure, Sports & Tourism Education;

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для материально-технического обеспечения дисциплины «Инновации в гостиничном деле» используются аудитория с ПК и компьютерным проектором, наборы слайдов для лекционных и практических занятий, отражающие научную и прикладную проблематику данного курса, библиотека Института малого и среднего бизнеса ВлГУ.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело»

Рабочую программу составил _____



Т.Т. Тенерашова

Рецензент _____

Директор ООО "МоноМарш"

Л.А. Коровина

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры КиГ
протокол № 8 от 18.01.16 года.

Заведующий кафедрой: к.э.н., доцент О. Б. Ярьс *Ярьс*

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 43.03.03 «Гостиничное дело»

протокол № 3 от 20.01.16 года.

Председатель комиссии _____

Полоцкая

О. П. Полоцкая