

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Рабочая программа дисциплины (модуля)

**ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТУРОПЕРАТОРСКИХ И ТУРАГЕНТСКИХ
УСЛУГ**

Направление и направленность (профиль)

43.04.02 Туризм. Управление туристско-рекреационными комплексами

Год набора на ОПОП

2025

Форма обучения

очная

Владивосток 2025

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Инновационный менеджмент туроператорских и турагентских услуг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм (утв. приказом Минобрнауки России от 15.06.2017г. №556) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Олейникова И.С., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса, Ilena.Mihina@vvsu.ru

Утверждена на заседании кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса от 29.04.2025 , протокол № 10

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Гомилевская Г.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	Galina__1575480626
Номер транзакции	0000000000E77083
Владелец	Гомилевская Г.А.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения дисциплины «Инновационный менеджмент туроператорских и турагентских услуг» является формирование у магистрантов компетенций в области управления персоналом туристского предприятия с целью формирования и продвижения туристских продуктов с использованием современных инноваций.

Задачи освоения дисциплины:

- формировать знания о приемах и методах управления персоналом в условиях внедрения инноваций в туроператорскую и турагентскую деятельность;
- прививать умения организовывать работу персонала с целью внедрения нововведений в деятельность туристского предприятия;
- развивать навыки использования информационных технологий по оценке эффективности труда персонала в результате формирования и продвижения инновационных туристских продуктов;
- формировать результаты нововведений в туроператорской и турагентской деятельности в виде проектов.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
43.04.02 «Туризм» (М-ТУ)	ПКВ-2 : Способен управлять разработкой, обоснованием и реализацией проектов, внедрять изменения в сфере туризма	ПКВ-2.1к : Проектирует объекты профессиональной деятельности с учетом современных технологий и туристских новаций	РД1	Знание	методы и приемы управления персоналом современного туристского предприятия
			РД3	Навык	применять современные информационные технологии оценки результативности персонала по формированию и продвижению турпродукта
			РД5	Умение	эффективно использовать информационные технологии в инновационной деятельности

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	Формирование ценностей	Целевые ориентиры
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Воспитание уважения к истории и культуре России	Достоинство	Любовь к родному языку
Формирование духовно-нравственных ценностей		

Воспитание нравственности, милосердия и сострадания	Милосердие	Ответственное отношение к окружающей среде и обществу
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям	Приоритет духовного над материальным	Соблюдение моральных принципов
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Воспитание культуры диалога и уважения к мнению других людей	Взаимопомощь и взаимоуважение	Внимательность к деталям

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Инновационный менеджмент туроператорских и турагентских услуг» реализуется в рамках части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
43.04.02 Туризм	ОФО	М01.В	2	5	17	4	12	0	1	0	163	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Инновационный менеджмент в деятельности туристского предприятия.	РД1, РД2	1	3	0	40	Участие в дискуссии, обсуждение результатов.

2	Инновационный менеджмент в туроператорской деятельности.	РД3	1	3	0	40	Защита контрольных заданий, защита эссе, доклада.
3	Инновационный менеджмент в турагентской деятельности.	РД5, РД6	1	3	0	40	Защита контрольных заданий, защита эссе, доклада
4	Научный подход к инновационным технологиям в туризме.	РД4	1	3	0	43	Защита контрольного задания. Защита рецензии на научную работу.
Итого по таблице			4	12	0	163	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Инновационный менеджмент в деятельности туристского предприятия.

Содержание темы: Задачи, цели и функции менеджмента. Характеристика инновационного менеджмента. Роль государственного регулирования и использование нормативно - правового обеспечения для управления инновациями на туристском предприятии. Методы и принципы организации персонала по внедрению нововведений в туроператорскую и турагентскую деятельность. Оценка результативности труда персонала с использованием современных информационных систем. Проблемы по управлению персоналом в условиях необходимости внедрения инноваций в деятельность туристского предприятия.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное и практическое занятие: дискуссия, выполнение задания по формированию инновационного туристского продукта.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка к практическим занятиям - работа с базами данных сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 2 Инновационный менеджмент в туроператорской деятельности.

Содержание темы: Особенности и основные направления инноваций в туроператорской деятельности. Зарубежный и отечественный опыт использования инноваций в формировании турпродукта. Особенности управления профессиональной деятельностью сотрудников в условиях формирования инновационного туристского продукта. Этапы разработки, внедрения, оценки, представления результатов инновационной программы.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное и практическое занятие: дискуссия, выполнение задания по формированию инновационного туристского продукта.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы по теме, подготовка к практическим занятиям - работа с базами данных сети Интернет, подготовка эссе, доклада, реферата.

Тема 3 Инновационный менеджмент в турагентской деятельности.

Содержание темы: Инновации в организации продвижения турпродукта. Факторы, влияющие на внедрение новых методов продвижения услуг. Мотивация персонала по использованию современных технологий по продвижению туристского продукта. Маркетинговые инновации: социальные сети, CRM-системы, модули для подбора и бронирования туров, интернет сайты, брендинг, онлайн-реклама, веб - аналитика, блоггинг.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное и практическое занятие: дискуссия, выполнение задания по внедрению инновационных методов в продвижение турпродукта.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы по теме, подготовка к практическим занятиям - работа с базами данных сети Интернет, подготовка эссе, доклада, реферата.

Тема 4 Научный подход к инновационным технологиям в туризме.

Содержание темы: Инновация как изменение, процесс и результат. Научные исследования в области инновационных технологий Й. Шумпетера, Н.Д. Кондратьева, Г. Менша, Б. Твисса, Р. А. Фатхутдинова и других ученых. Применение теорий инноваций в туризме. Сравнительный анализ научных подходов и представление результатов в виде публикаций.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное и практическое занятие: дискуссия, рецензирование научных работ.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы (лекции и практические занятия), выполнение практических заданий, представленных в ФОС, выполнение аттестационных мероприятий, эффективную самостоятельную работу. Текущий контроль по данной дисциплине предусматривает обязательное выполнение проектов, контрольных заданий, рефератов, подготовку рецензий на научные работы. Студент выбирает тему реферата из списка, представленного в ФОС. Защита реферата проводится в виде публичного доклада на 5-7 минут с презентацией. Для проведения занятий лекционного типа используются учебно-наглядные пособия в форме презентационных материалов, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие темам лекций, представленным в пункте 5 настоящей РПД.

Темы эссе, доклада

1. Внешние и внутренние предпосылки инновационной деятельности туристского предприятия
2. Роль инновационной деятельности в максимизации прибыли туристского предприятия
3. Влияние внешней среды на характер инновационной деятельности туроператоров
4. Теория нововведений Й. Шумпетера
5. Инструменты государственного регулирования инновационной деятельности в РФ
6. Инновации как фактор конкурентоспособности туристских предприятий
7. Инновационный процесс как объект управления турфирмой
8. Открытые инновации как современная концепция инновационного менеджмента
9. Особенности управления процессами создания и коммерциализации нововведений (на примере турфирмы)
10. Направления оценки труда руководителя туристского предприятия
11. Теория инновационного развития Н.Д. Кондратьева

12. Источники и формы финансирования инновационной деятельности в туризме
13. Мотивация персонала в условиях необходимости формирования инновационного туристского продукта
14. Этапы разработки и внедрения нового турпродукта
15. Роль руководителя в процессе внедрения инноваций
16. Инструменты мотивации инновационной деятельности на современном предприятии
17. Сопротивление инновациям и методы его нейтрализации современных компаниях
18. Эффективное управление инновационными проектами
19. Бизнес – планирование инновационных проектов
20. Выбор альтернатив инновационных проектов и оценка их эффективности
21. Инновационный проект: основные этапы разработки и реализации
22. Методы определения экономической эффективности инновационного проекта
23. Роль инноваций в формировании стратегии туристского предприятия
24. Совершенствование организационных структур и форм управления инновационной деятельностью
25. Инновации и инновационная деятельность в туристской индустрии РФ
26. Особенности венчурного предпринимательства
27. Методы управления персоналом туристского предприятия
28. Критерии оценки квалификации работников туристского предприятия
29. Концепция новой теории управления Р.А. Фатхутдинова
30. Механизмы защиты интеллектуальной собственности в Российской Федерации
31. Особенности инновационной деятельности предприятий туристской отрасли
32. Инновационные методы управления персоналом туристского предприятия
33. Инновационный аспект базовых стратегий роста
34. Инновационный потенциал туристского предприятия: сущность и подходы к оценке
35. Оценка эффективности работы сотрудников туристского предприятия
36. Анализ инновационной позиции организации
37. Диффузия инноваций: сущность, этапы инновационные роли предприятий
38. Туристские кластеры как современная форма организации инновационной деятельности
39. Оценка инновационного потенциала и инновационного климата туристского предприятия
40. Экономическая эффективность инновационного проекта
41. Экономическое стимулирование инновационного процесса
42. Мотивация персонала по использованию современных технологий в турагентской деятельности
43. Психологические проблемы коллектива при организации инновационного процесса в турфирме
44. Творческие методы поиска новых идей в инновационном менеджменте.
45. Основные пути снижения риска в инновационной деятельности.
46. Инновации в управлении туристским предприятием
47. Интернет маркетинг в продвижении туристских услуг
48. Информационные технологии в деятельности рецептивных туроператоров
49. SRM система как инструмент оценки эффективности труда персонала
50. Показатели оценки качества труда персонала туристского предприятия

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Горфинкель, В. Я. Инновационный менеджмент : учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 380 с. - ISBN 978-5-9558-0311-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1906702> (Дата обращения - 05.09.2025)

2. Пищулов, В. М. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие / В. М. Пищулов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 284 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/24346. - ISBN 978-5-16-012517-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1872351> (Дата обращения - 05.09.2025)

7.2 Дополнительная литература

1. Анисимов, А. Ю. Управление персоналом организации : учебник для вузов / А. Ю. Анисимов, О. А. Пятаева, Е. П. Грабская. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 278 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14305-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519897> (дата обращения: 01.03.2023).

2. Богомолова, Е. С., Экономический анализ деятельности предприятия сферы туризма и гостеприимства : учебное пособие / Е. С. Богомолова. — Москва : КноРус, 2022.

— 273 с. — ISBN 978-5-406-08441-0. — URL: <https://book.ru/book/943596> (дата обращения: 18.06.2025). — Текст : электронный.

3. Быстров С.А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : Учебник [Электронный ресурс] : НИЦ ИНФРА-М , 2022 - 375 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=391637>

4. Дуракова, И. Б. Актуальные проблемы управления персоналом: моббинг : учебное пособие / И.Б. Дуракова, Е.С. Користина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 226 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/textbook_5acf841d071897.70884851. - ISBN 978-5-16-013423-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1817542> (Дата обращения - 16.05.2025)

5. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : Учебное пособие [Электронный ресурс] : НИЦ ИНФРА-М , 2022 - 316 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=400300>

6. Киседобрев В. П., Кострюкова О. Н., Киседобрев А. В., Богданов Е. И. Менеджмент в туризме : Учебник [Электронный ресурс] : НИЦ ИНФРА-М , 2021 - 152 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=398698>

7. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме: учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497663> (дата обращения: 01.03.2023).

8. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме: учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510088> (дата обращения: 01.03.2023).

9. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ

10. Савина, Н. В. Туроперейтинг : учебное пособие / Н. В. Савина. – Минск : РИПО, 2022. – 265 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711522> (дата обращения: 02.09.2025). – Библиогр.: с. 237-239. – ISBN 978-985-895-055-2. – Текст : электронный.

11. Секерин В. Д. Инновационный маркетинг : Учебник [Электронный ресурс] : НИЦ ИНФРА-М , 2022 - 237 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=399502>

12. Твердохлебова, М. Д., Интернет-маркетинг : учебник / М. Д. Твердохлебова. — Москва : КноРус, 2022. — 190 с. — ISBN 978-5-406-09107-4. — URL: <https://book.ru/book/942450> (дата обращения: 18.06.2025). — Текст : электронный.

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" - Режим доступа: <https://urait.ru/>
2. Правительство Российской Федерации: официальный сайт <http://government.ru/>
3. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>

4. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"

5. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"

6. Электронно-библиотечная система "УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН"

7. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

8. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

9. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Монитор облачный 23" LG23CAV42K/мышь Genius Optical Wheel проводная/клавиатура Genius KB110 проводная
- Мультимедийный проектор Casio XJ-V2
- Экран Projecta 160*160

Программное обеспечение:

- □ Adobe Acrobat Reader
- □ PDF Creator
- □ Антиплагиат. ВУЗ
- □ КонсультантПлюс

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

**ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТУРОПЕРАТОРСКИХ И ТУРАГЕНТСКИХ
УСЛУГ**

Направление и направленность (профиль)
43.04.02 Туризм. Управление туристско-рекреационными комплексами

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
очная

Владивосток 2025

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
43.04.02 «Туризм» (М-ТУ)	ПКВ-2 : Способен управлять разработкой, обоснованием и реализацией проектов, внедрять изменения в сфере туризма	ПКВ-2.1к : Проектирует объекты профессиональной деятельности с учетом современных технологий и туристских новаций

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Компетенция ПКВ-2 «Способен управлять разработкой, обоснованием и реализацией проектов, внедрять изменения в сфере туризма»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код	Тип	Результат	
ПКВ-2.1к : Проектирует объекты профессиональной деятельности с учетом современных технологий и туристских новаций	РД 1	Знание	методы и приемы управления персоналом современного туристского предприятия	верно определяет методы и приемы управления персоналом современного туристского предприятия
	РД 3	Навык	применять современные информационные технологии оценки результативности персонала по формированию и продвижению турпродукта	оптимально использует современные информационные технологии оценки результативности персонала по формированию и продвижению турпродукта
	РД 5	Умение	эффективно использовать информационные технологии в инновационной деятельности	верно использует информационные технологии в инновационной деятельности

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения	Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация

Очная форма обучения				
РД1	Знание : методы и приемы управления персоналом современного туристского предприятия	1.1. Инновационный менеджмент в деятельности и туристского предприятия.	Дискуссия	Презентация (публичное выступление)
			Доклад, сообщение	Презентация (публичное выступление)
РД2	Умение : ставить задачи перед персоналом по внедрению инноваций в туроператорскую и турагентскую деятельность	1.1. Инновационный менеджмент в деятельности и туристского предприятия.	Доклад, сообщение	Практическая работа
			Разноуровневые задачи и задания	Практическая работа
РД3	Навык : применять современные информационные технологии оценки результативности персонала по формированию и продвижению турпродукта	1.2. Инновационный менеджмент в туроператорской деятельности.	Презентация (мультимедийная)	Деловая и/или ролевая игра
			Презентация (мультимедийная)	Тест
			Семинар в диалоговом режиме	Деловая и/или ролевая игра
			Семинар в диалоговом режиме	Тест
РД4	Знание : современные достижения науки и технологии в сфере туризма	1.4. Научный подход к инновационным технологиям в туризме.	Доклад, сообщение	Индивидуальное домашнее задание
			Разноуровневые задачи и задания	Индивидуальное домашнее задание
РД5	Умение : эффективно использовать информационные технологии в инновационной деятельности	1.3. Инновационный менеджмент в турагентской деятельности.	Доклад, сообщение	Анализ и разбор конкретных ситуаций
			Доклад, сообщение	Опрос
			Презентация по итогам мини-исследования	Анализ и разбор конкретных ситуаций
			Презентация по итогам мини-исследования	Опрос
РД6	Навык : представлять результаты проведенного исследования научному сообществу, бизнес среде в виде проекта, статьи или доклада	1.3. Инновационный менеджмент в турагентской деятельности.	Научно-исследовательская работа	Презентация по итогам мини-исследования

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Вид учебной деятельности	Оценочное средство							
	Дискуссия	Доклады, сообщения	Разноуровневые задачи и задания	Индивидуальные задания	Групповые или индивидуальные творческие задания	Практические, ситуационные задачи	Тестовые задания	Итого

Лекции	10							10
Практические занятия		20				20		40
Самостоятельная работа			10	5	5			20
Промежуточная аттестация				5	10		15	30
Итого	10	20	10	10	15	20	15	100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обладает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

Для подготовки критического отзыва предлагается следующий перечень статей по вопросам инноваций в туристской индустрии:

1. Василенко М.Ю. Роль "Зеленых инноваций" в развитии устойчивого туризма // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2020. Т. 17, стр. 207-214.
2. Абазов А.В. Инновационные подходы к оказанию туристских услуг // Образование и наука в России и за рубежом. 2020. № 4 (68). С 148-152.
3. Гуров С. А., Алексеенко М. А. Инновации в экскурсионном бизнесе // Бизнес и дизайн ревю. 2019. № 2 (14). - С. 1-5.
4. Астахов Н.С. Тенденции цифровой трансформации в индустрии туризма // Наукосфера. 2021. № 12-1. С.279-283.
5. Колесова Ю.А, Куклина Е.А. Методы продвижения нового туристского продукта // Дневники науки. 2021. №11(59)
6. Петрова Ю.С. Анализ комментариев экспертов по поводу концепции нового закона о туризме // Научный лидер. 2023. №2 (100) С. 210-212.

7. Хочоенова Н.В., Петухова А.А. Совершенствование инновационной деятельности туроператора на примере ООО «НЦЭИР» Территория Север. // Сборник материалов I республиканской научно-практической конференции «Актуальные вопросы туризма и сервиса в Республике Саха (Якутия)». - 2018. - С. 102-107.
8. Лачагина Д.Н. Инновации в сфере экологического туризма//Интеллектуальные ресурсы-региональному развитию.2021. №1. С. 377-381.

Краткие методические указания

Задание составляется в произвольной форме, но с использованием научного стиля. Основные составляющие критического анализа статьи: введение, констатирующая часть, аналитическая часть, заключение. Объем задания до двух страниц.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	15	Магистрант выразил своё мнение по сформулированной проблеме и аргументировал его. Студент применяет знания по теме исследования; методы и приемы анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
4	12	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более одной ошибки при подготовке рецензии. Продемонстрированы умения в области исследовательской работы. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.
3	8	Магистрант проводит довольно самостоятельный анализ основных смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретические обоснования выбранной темы. Допущено не более двух ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.
2	3	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.
1	0	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа, либо проблема не раскрыта, либо задание не выполнено.

5.2 Дискуссия

- 1.Виды инноваций и их классификация.
- 2.Охарактеризуйте роль конкуренции в инновационной деятельности.
- 3.Содержание, цели и методы инновационной политики на международном, государственном и корпоративных уровнях.
- 4.Расположите факторы конкурентоспособности по мере увеличения их значимости в инновационной деятельности.
- 5.Институциональные и законодательно-правовые условия проведения инновационной политики.
- 6.Охарактеризуйте основные конкурентные стратегии инновационного предпринимательства.
- 7.Экономические и финансовые основы активизации инновационной деятельности.
- 8.Назовите основные конкурентные стратегии инновационного предпринимательства.
- 9.Характеристика инновационного менеджмента.
- 10.Каковы основные виды рисков в инновационном предпринимательстве?
- 11.Инновационные стратегии, их особенности в условиях рыночной экономики.
- 12.Что такое управление риском в инновационной деятельности? Какие методы анализа рисков вы знаете?
- 13.Функции менеджмента.
- 14.Каковы основные виды рисков в туроператорской деятельности?
- 15.Инновационные стратегии в туристской индустрии.

16. Особенности разработки и внедрения организационных нововведений в туризме.
17. Каковы критерии экспертной оценки инновационных проектов.
18. Информационное обеспечение инновационной деятельности в туроператорской деятельности.
19. Источники финансирования инновационных проектов в туроператорской деятельности.
20. Показатели эффективности инновационной деятельности в турагентской деятельности.
21. Содержание инновационной программы туристского предприятия.
22. Понятие конкуренции в инновационной деятельности.
23. В чем состоит различие между стратегическим и оперативным планированием.
24. Современные информационные технологии в турагентской деятельности.
25. Государственные программы поддержки инноваций в туризме.
26. Управление разработкой, внедрением и созданием новшеств в туристской индустрии.
27. Дайте определение инновации, наиболее приемлемое для сферы туризма.
28. Инновационное управление персоналом на предприятиях туристской индустрии.
29. Охарактеризуйте основные группы инноваций, разделенные по различным признакам.
30. Теории инновационного менеджмента.
31. Виды инноваций в туристской индустрии.
32. Особенности управления персоналом в инновационных организациях.
33. Роль Н.Д. Кондратьева в развитии инновационного менеджмента
34. Каковы основные стадии жизненного цикла инновационного туристского продукта?
35. Охарактеризуйте основные субъекты инновационной деятельности.
36. Понятие инновационной деятельности и определение инновационного процесса.
37. Проанализируйте основные источники продуктовых инноваций в туризме.
38. В чем заключается содержание стадий инновационного процесса?
39. Назовите основные технологические инновации, применяемые в туристской деятельности.
40. Перечислите основные CRM системы в туроператорской и турагентской деятельности.
41. Инновации на онлайн рынке туристских услуг.
42. Новые направления на рынке туристских услуг.
43. Приведите примеры онлайн поставщиков туристских услуг.
44. Автоматизация деятельности туристского предприятия.
45. Современные маркетинговые инструменты в продвижении туристских услуг.
46. Социальные сети в продвижении турпродукта.
47. Понятие личного бренда в туризме.
48. Лэндинг как инструмент продвижения туристских услуг.
49. Ютуб канал как современный способ продвижения турпродукта.
50. Влияние блоггинга на продвижение туристских дестинаций.

Краткие методические указания

Вопросы позволяют проверить знания студента по дисциплине (используются при выступлении студента с устным докладом, для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины). При поиске ответов на вопросы рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины)

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	10	магистрант выразил своё мнение по сформулированной проблеме и аргументировал его. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.
4	8	работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более одной ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.
3	6	магистрант проводит довольно самостоятельный анализ основных смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретические обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более двух ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.
2	4	работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.
1	0	работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа, либо проблема не раскрыта, либо задание не выполнялось.

5.3 Пример разноуровневых задач и заданий

Задание по обзору периодической литературы и профессиональных изданий (библиографического списка)

Результатом обзора периодической литературы является библиографический список, который формирует магистрант в рамках подготовки реферата, доклада.

Библиографический список – обязательный элемент любой научной работы – реферата, курсовой, дипломной работы, диссертации, монографии, обзора, научного отчета. Список включает литературу, используемую при подготовке текста: цитируемую, упоминаемую, а также имеющую непосредственное отношение к исследуемой теме или вопросу. Большое значение имеет правильное библиографическое описание документов и рациональный порядок расположения их в списке.

Библиографический список, представляет собой упорядоченные библиографические описания рефератов, докладов выполненные в соответствии с государственными стандартами.

Краткие методические указания

Для составления библиографического списка используется краткое библиографическое описание, состоящее только из обязательных элементов – выходных данных источника.

Например:

Михайлова К. Ю. Инновационные направления развития мировой туристской индустрии // Вестник АПК Ставрополя. 2016. № 1 (21). С. 260-264.

Оформление должно соответствовать требованиям стандарта ВГУЭС СК – СТО – ТР -04-1.005 – 2015 «Требования к оформлению текстовой части выпускных квалификационных работ, курсовых работ (проектов), рефератов, контрольных работ, отчетов по практикам, лабораторным работам» .

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	10	В библиографическом списке представлено более 15 источников, тематически соответствующих теме, оформленных в соответствии с требованиями к оформлению библиографии.
4	8	В библиографическом списке представлено менее 15 источников, но более 10 из них соответствуют тематически, оформлены в соответствии с требованиями к оформлению библиографии.
3	6	В библиографическом списке представлено менее 15 источников, но более 10, тематически частично соответствуют тематике, оформлены с незначительными нарушениями требований к оформлению библиографии.
2	4	В библиографическом списке представлено менее 10 источников, тематически частично соответствующих теме, оформлены с грубыми ошибками и нарушениями.

1	0	Задание не выполнено
---	---	----------------------

5.4 Перечень тем докладов, сообщений

1. Внешние и внутренние предпосылки инновационной деятельности туристского предприятия
2. Роль инновационной деятельности в максимизации прибыли туристского предприятия
3. Влияние внешней среды на характер инновационной деятельности туроператоров
4. Теория нововведений Й. Шумпетера
5. Инструменты государственного регулирования инновационной деятельности в РФ
6. Инновации как фактор конкурентоспособности туристских предприятий
7. Инновационный процесс как объект управления турфирмой
8. Открытые инновации как современная концепция инновационного менеджмента
9. Особенности управления процессами создания и коммерциализации нововведений (на примере турфирмы)
10. Направления оценки труда руководителя туристского предприятия
11. Теория инновационного развития Н.Д. Кондратьева
12. Источники и формы финансирования инновационной деятельности в туризме
13. Мотивация персонала в условиях необходимости формирования инновационного туристского продукта
14. Этапы разработки и внедрения нового турпродукта
15. Роль руководителя в процессе внедрения инноваций
16. Инструменты мотивации инновационной деятельности на современном предприятии
17. Соппротивление инновациям и методы его нейтрализации современных компаниях
18. Эффективное управление инновационными проектами
19. Бизнес – планирование инновационных проектов
20. Выбор альтернатив инновационных проектов и оценка их эффективности
21. Инновационный проект: основные этапы разработки и реализации
22. Методы определения экономической эффективности инновационного проекта
23. Роль инноваций в формировании стратегии туристского предприятия
24. Совершенствование организационных структур и форм управления инновационной деятельностью
25. Инновации и инновационная деятельность в туристской индустрии РФ
26. Особенности венчурного предпринимательства
27. Методы управления персоналом туристского предприятия
28. Критерии оценки квалификации работников туристского предприятия
29. Концепция новой теории управления Р.А. Фатхутдинова
30. Механизмы защиты интеллектуальной собственности в Российской Федерации
31. Особенности инновационной деятельности предприятий туристской отрасли
32. Инновационные методы управления персоналом туристского предприятия
33. Инновационный аспект базовых стратегий роста
34. Инновационный потенциал туристского предприятия: сущность и подходы к оценке
35. Оценка эффективности работы сотрудников туристского предприятия

36. Анализ инновационной позиции организации
37. Диффузия инноваций: сущность, этапы инновационные роли предприятий
38. Туристские кластеры как современная форма организации инновационной деятельности
39. Оценка инновационного потенциала и инновационного климата туристского предприятия
40. Экономическая эффективность инновационного проекта
41. Экономическое стимулирование инновационного процесса
42. Мотивация персонала по использованию современных технологий в турагентской деятельности
43. Психологические проблемы коллектива при организации инновационного процесса в турфирме
44. Творческие методы поиска новых идей в инновационном менеджменте.
45. Основные пути снижения риска в инновационной деятельности.
46. Инновации в управлении туристским предприятием
47. Интернет маркетинг в продвижении туристских услуг
48. Информационные технологии в деятельности рецептивных туроператоров
49. SRM система как инструмент оценки эффективности труда персонала
50. Показатели оценки качества труда персонала туристского предприятия

Краткие методические указания

Сообщения, доклады позволяют проверить знания студента по дисциплине. При выполнении работы рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины), а также официальные интернет сайты туристских организаций.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	19–20	Магистрант выразил своё мнение по сформулированной проблеме и аргументировал его. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Магистрант знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
4	16–18	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более одной ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.
3	13–15	Магистрант проводит довольно самостоятельный анализ основных смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретические обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более двух ошибок в смысле и содержании проблемы, оформлении работы.
2	9–12	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.
1	0–8	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа, либо проблема не раскрыта, либо задание не выполнено.

5.5 Примеры тестовых заданий

1. Выход на рынок с новым турпродуктом предусматривается:
 - а) стратегией проникновения
 - б) стратегией развития
 - в) стратегией диверсификации
2. При зрелости инновационного турпродукта на рынке:
 - а) резко возрастают объем продаж и прибыли

- б) объем продаж и прибыли уже не растет
 - в) объем продаж и прибыли растут, но медленно
3. Инновация разрабатывается не более чем за 1 год.
- а) да
 - б) нет
4. Инновационная деятельность – это реализация функций инновационного менеджмента.
- а) да
 - б) нет
5. Выберите из списка то, что относится к субъектам инновационного рынка:
- а) предприятия;
 - б) патент;
 - в) организации;
 - г) научно-технический прогресс;
 - д) лицензия;
 - е) учреждения;
 - ж) университеты;
 - з) фонды;
 - и) физические лица (ученые и специалисты).
6. Какие инновации учитывают инновационный потенциал и степень новизны?
- а) стратегические;
 - б) единичные;
 - в) радикальные.
7. Фирмы, завоевавшие большие доли рынка в быстрорастущих отраслях («звезды») выбирают стратегию:
- а) роста?
 - б) ограниченного роста?
 - в) отсечения лишнего?
8. При разработке стратегии сверху вниз:
- а) стратегический план как приказ спускается по всем уровням управления?
 - б) каждое подразделение разрабатывает свои рекомендации?
 - в) предложения поступают руководству от каждого подразделения?
9. К какому виду имущества относятся товарные знаки ?
- а) основным средствам;
 - б) оборотным активам?
 - в) нематериальным активам?
10. Инновационный процесс – это ...
- а) выдвижение гипотез по направлениям исследований и их проверка на фактах
 - б) создание, распространение продукции и технологий, обладающих научно-технической новизной и удовлетворяющей новые общественные потребности
 - в) подбор и анализ фактов для постановки и решения научной проблемы по созданию новшества
11. Контроль - это:
- а) вид управленческой деятельности по обеспечению выполнения определенных задач и достижения целей организации
 - б) наблюдение за работой персонала организации
 - в) наблюдение за выполнением персоналом отдельных заданий
 - г) постоянная проверка того, как организация осуществляет свои цели и корректирует свои действия.
12. Организация как объект менеджмента:
- а) выступает в качестве основной единицы рыночной экономики, в рамках которой принимаются управленческие решения

б) служит связующим звеном между государством и потребителями произведенных благ и услуг

в) помогает государству в сборе и аккумулировании различных видов налогов

13. Какие из перечисленных функций менеджмента базируются на потребностях и интересах работников?

а) контроль

б) планирование

в) мотивация

14. Кто реализует функцию контроля в компании?

а) линейные руководители

б) все члены коллектива

в) высшее руководство фирмы

15. Ключевой компетенцией менеджера является:

а) объединение людей

б) постановка целей и задач

в) формирование организационной структуры

г) осуществление контроля

16. CRM система это:

1) система управления взаимоотношениями с клиентами

2) система управления взаимоотношениями с партнерами

3) система управления взаимоотношениями с государственными органами

17. Какой метод ценообразования построен на калькуляции полной себестоимости турпродукта?

а) затратный метод

б) метод с ориентацией на уровень конкурентов

в) метод с ориентацией на спрос

г) правильного варианта нет

18. Продвижение турпродукта является целью:

а) коммуникационной политики предприятия

б) исследовательской деятельностью предприятия

в) научно-производственной деятельностью предприятия

19. Гипотеза – это:

а) научное предположение о развитии какого-либо явления или процесса, проверяемое на опыте

б) научное предположение, выдвигаемое для объяснения какого-либо явления и требующее его проверки на опыте

в) прогноз появления какого-либо научного открытия

г) научное предположение об эффективности реализации какого-либо проекта

20. Автор теории волн (больших циклов конъюнктуры):

а) Форд

б) Д. Кондратьев

в) И. Менделеев

г) Файоль

21. Экономист, первым увидевший в теории волн возможность преодоления кризисов и спадов в промышленном производстве за счет инновационного обновления капитала через технические, организационные, экономические и управленческие нововведения:

а) Гайдар

б) Маркс

в) Греф

г) Шумпетер

22. Введение инноваций внутри туристского предприятия:

а) есть реакция на изменения во внешней среде, несущие риски снижения доходности

б) вызывается стремлением повысить качество производимого продукта

в) вызывается стремлением повысить степень удовлетворения потребностей покупателя продукта

г) обусловлено стремлением повысить эффективность производства посредством снижения издержек

23. Три этапа творческого процесса:

а) появление идеи, превращение идеи в план, воплощение идеи в материальную форму

б) рождение идеи, осмысление идеи, реализация идеи

в) замысел идеи, осмысление идеи, формулировка идеи

г) ощущение идеи, появление идеи, осмысление идеи

24. Анализ – это метод научного познания, означающий:

а) исследование причин неправильного функционирования объекта

б) мысленное представление внутренней структуры объекта или процесса

в) мысленное или фактическое создание объекта из составных элементов

г) мысленное или фактическое разложение целого на составные части

25. Инновационный менеджмент – это процесс ...

а) организации и руководства деятельностью всего персонала для достижения поставленных целей

б) определяющий последовательность действий организации по разработке и реализации стратегий

в) управления кардинальными изменениями в продуктах труда, средствах производства, сфере услуг и другой деятельности

26. Оперативный диагностический анализ фирмы и ее среды – это ... анализ.

а) целевой

б) системный

в) SWOT

г) ситуационный

27. Инновационная среда организации складывается из инновационного потенциала и инновационного (ой) а) климата

б) стратегии

в) политики

г) потенциала

28. Сегментация рынка и позиционирование товара – это ... маркетинг.

а) инновационный

б) стратегический

в) операционный

г) целевой

29. Участники инновационной деятельности, высококвалифицированные специалисты, обладающие предпринимательским подходом к использованию своих профессиональных знаний

а) вольные сотрудники

б) научно-технические привратники

в) золотые воротнички

г) альтернативный персонал

30. Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт турфирмы посетителя с минимальной стоимостью затрат?

а) контекстная реклама

б) работа с социальными сетями

в) поисковая оптимизация

г) баннерная реклама

31. Продвижение турпродукта в социальных сетях однозначно приводит к:

а) увеличению продаж

б) росту трафика на сайт

в) лояльности потребителей

г) изменению информационного поля компании (бренда)

32. 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 её уходом с рынка.

33. Функции государства в инновационной сфере это:

а) аккумулярование средств

б) стимулирование инноваций

в) координация инновационной деятельности

г) правовое обеспечение

д) кадровое обеспечение.

34. Государственная инновационная политика – это:

а) совокупность действий органов государственного управления, имеющих определенную цель, средства достижения цели;

б) определение органами государственной власти РФ целей инновационной деятельности;

в) определение органами государственной власти РФ и органами государственной власти субъектов РФ целей инновационной стратегии и механизмов поддержки приоритетных инновационных программ и проектов;

г) выбор на основе учета целей, состояния внешней среды и потенциала направлений инновационной деятельности государства.

35. К какой области инноваций относится построение новых каналов сбыта и использование новых форм и средств коммуникационной политики?

а) Продуктовой

б) Управленческой

в) Маркетинговой

г) Технологической

36. Какой из этапов жизненного цикла характеризуется периодом быстрого восприятия турпродукта рынком и ростом прибыли?

а) Этап выведения турпродукта на рынок

б) Этап роста

в) Этап зрелости и замедления рынка

г) Этап спада

37. Является ли элементом инновационного проекта бизнес-план?

а) да

б) нет

38. Термин «кайзен» означает:

а) стратегию создания нового рынка

б) стратегию приобретения компании

в) разбойничью стратегию

г) стратегию непрерывного совершенствования

39. Диффузия инноваций предполагает:

а) распространение совершенно новой инновации

- б) распространение уже однажды освоенной и использованной инновации
 - в) распространение любых инноваций
40. Предопределяющим фактором возникновения рисков при управлении инновациями является:
- а) альтернативность при принятии инновационных решений
 - б) неопределенность течения инновационных процессов
 - в) ускоренный технологический прогресс, характерный для современности
41. К приемам управления рисками не относится:
- а) избежание риска
 - б) удержание риска
 - в) принятие риска
 - г) изменение риска
42. Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, турпродукте – это:
- а) логотип
 - б) товарная марка (товарный знак)
 - в) торговая марка
 - г) бренд
 - д) позиционирование
43. Объект интеллектуальной собственности, актив компании, который позволяет ей выделить свой продукт среди аналогов, а также является средством повышения прибыльности компании, – это...
- 1. бизнес-план
 - 2. товарная марка (товарный знак)
 - 3. авторское право
 - 4. маркетинг
 - 5. торговая марка
44. Ориентация на новые области рынка и рыночные перспективы – это стратегия:
- а) наступательная
 - б) создания рынка
 - в) поглощающая
 - г) промежуточная
45. Иногда предприятие нуждается не в новых, а в необходимых технических решениях, без которых тормозится развитие производственно-технологических процессов - это характеристика такого принципа отбора первоочередных нововведений, как:
- а) принцип заполнения вакуума
 - б) принцип важности
 - в) принцип отрыва от показателей
 - г) принцип экологичности
46. 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
47. В чем заключается суть непрерывности процесса нововведений как его особенности:
- а) определяет скорость и границы диффузии нововведений в рыночной экономике
 - б) дает возможность опередить конкурентов и является предпосылкой других принципов успешности нововведений
 - в) дает толчок для появления целого ряда нововведений
48. Субъектами инновационной деятельности не являются:

- а) физические и юридические лица, создающие и реализующие инновации
- б) специализированные субъекты инновационной деятельности (технополисы, технопарки, инкубаторы, инновационные фонды, и иные организации инфраструктуры инновационной деятельности),
- с) государственные органы, участвующие в регулировании инновационной деятельности

д) Национальные банки

е) Венчурные фонды

49. К инновационной деятельности не относятся следующие виды деятельности:

а) производство новой или усовершенствованной продукции также создание и развитие инновационной инфраструктуры

б) проведение испытаний с целью сертификации и стандартизации новых технологических процессов, товаров

в) повышение эффективности производства ранее известными методами

г) внедрение новых идей и научных знаний в сферы управления обществом

д) благотворительность и социальная ответственность

50. Туристские предприятия используют в своей деятельности CRM систему:

а) Битрикс 24

б) Envybox

в) Мегаплан

г) U-on

51) Информационно-поисковые системы в турагентской деятельности позволяют:

а) осуществлять поиск, вывод и сортировку данных

б) осуществлять поиск и сортировку данных

в) редактировать данные и осуществлять их поиск

г) редактировать и сортировать данные

52. Основная функция патента на инновацию – закрепляет за лицом, которому он выдан:

а) исключительное право на изобретение

б) право на получение авторского вознаграждения

в) исключительное право реализации изобретения в производстве

Краткие методические указания

Для ответа на вопросы теста необходимо ознакомиться с презентацией к соответствующей теме, содержанием необходимых разделов в основной и дополнительной литературе из перечня источников, приведенных в рабочей программе дисциплины.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	10–15	из общего числа вопросов тестируемого модуля правильные ответы даны на 96-100% вопросов
4	8–10	из общего числа вопросов тестируемого модуля дано 75-95% правильных ответов
3	6–8	из общего числа вопросов тестируемого модуля дано 50-74% правильных ответов
2	4–6	из общего числа вопросов тестируемого модуля дано менее 50 % правильных ответов
1	0–5	из общего числа вопросов тестируемого модуля дано менее 30 % правильных ответов

5.6 Варианты индивидуальных домашних заданий

1. Инновационные конфликты и возможности их решения
2. Методы активизации творческого мышления
3. Стимулирование инновационной активности в туристской организации
4. Зарубежные модели инновационной деятельности
5. Роль государства в различных моделях инновационного процесса
6. Организация инновационной деятельности в России
7. Инновация в процессе производства туристского продукта
8. Факторы развития инновационной деятельности в туроператорской деятельности

9. Современные инструменты формирования турпродукта
16. Современные инструменты продвижения турпродукта
17. Исторические аспекты развития инновационного процесса в туристской индустрии
18. Тенденции развития мирового рынка онлайн трэвел
19. Технологический прогресс как фактор инноваций в туристском бизнесе.
- 20.

Автоматизация и виртуализация как характеристики туристических компаний нового поколения.

21. Глобальные системы бронирования и резервирования туристских услуг
- 22.

Инновации в структуре и внутренней среде современной туристской компании

23. Инновационная модель инновационной структуры туркорпорации.
24. Необычные туристские маршруты мира
25. Нормативно – правовое обеспечение инноваций в туристской индустрии РФ
26. Инновации в сфере государственного регулирования туристского рынка РФ
27. Направления государственного регулирования туристского рынка в РФ
28. Инновации в сфере государственного регулирования и саморегулирования

туррынка.

29. Формирование нового турпродукта по направлению выездного туризма
30. Брендирование как инновационный инструмент продвижения туристского

продукта

31. CRM системы для автоматизации туроператорской деятельности
32. CRM системы для автоматизации турагентской деятельности
32. Крупнейшие электронные системы бронирования авиаперевозок
33. Крупнейшие электронные системы бронирования средств размещения
34. Инстаграм как инструмент продвижения туристских услуг
35. Инновации на рынке мирового круизного туризма
36. Формирование нового турпродукта по направлению въездного туризма
37. Современные инструменты продвижения туристских дестинаций
38. Роль франчайзинга в турагентской деятельности
39. Формирование нового турпродукта по направлению внутреннего туризма
40. Организация автоматизированного документооборота в турфирме
41. Инновационный менеджмент в экскурсионной деятельности
42. Инновации в деятельности туристских компаний Приморского края
42. Принципы отбора первоочередных нововведений
43. Жизненный цикл и функции инноваций
44. Особые экономические зоны в РФ и их роль в развитии туризма
45. Бенчмаркинг как метод повышения конкурентоспособности туристского

предприятия

46. Современные модули подбора и бронирования туров в турагентской деятельности
47. Особенности интеграция онлайн кассы и CRM системы
48. Интернет сайт как инструмент продвижения туристского предприятия
49. Инновации на рынке страхования выезжающих за рубеж
50. Блоггинг как современный инструмент продвижения туристской дестинации

Краткие методические указания

После выбора темы магистрант приступает к изучению информационного материала. Весь собранный материал обобщается, анализируется и оформляется в презентацию.

Объем индивидуального задания 15-20 слайдов. Структура задания: обоснование актуальности проблемы, основная часть, заключение, список использованных источников

(не менее 10 источников). Источники располагаются в порядке появления в тексте (а не по алфавиту). При этом не менее 80% источников должны быть не старше 5 лет. Обязательным требованием при выполнении индивидуального задания является оригинальность текста - не менее 50%. Защита задания в виде публичного доклада на 5-7 минут с презентацией.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	10	Магистрант выразил своё мнение по сформулированной проблеме и аргументировал его. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
4	8	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более одной ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.
3	6	Магистрант проводит довольно самостоятельный анализ основных смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретические обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более двух ошибок в смысле и содержании проблемы, оформлении работы.
2	4	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.
1	0	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа, либо проблема не раскрыта, либо задание не выполнено.

5.7 Пример практических (ситуационных) задач

1) К теме 1:

Проведите анализ особых экономических зон туристско – рекреационного типа <http://www.ruszez.ru/oez/tourism/>. Какие приоритетные направления туризма реализуются в рамках ОЭЗ? Приведите меры государственной поддержки резидентов ОЭЗ? Выделите наиболее инновационные проекты.

2) К теме 2:

Проведите диагностику формирования турпродукта туроператором ООО «ТТ - ТРЭВЕЛ» торговая марка «TUI» <https://www.tui.ru>. Какие информационные технологии использует туроператор при комплектации турпродукта? В чем заключается технология динамического пакетирования туров?

3) К теме 3:

Оцените преимущества программы «Само турагент» <https://samo.ru/touragent.html>. Какие инновационные инструменты для турагентского бизнеса предлагает программа?

4.К теме 4:

Проведите анализ сервиса по бронированию средств размещения «Островок» <https://b2b.ostrovok.ru/>. За счет каких нововведений компания смогла обеспечить себе рост и с какими рисками столкнулась?

Краткие методические указания

Для решения практических заданий необходимо ознакомиться с презентацией к соответствующей теме, содержанием соответствующих разделов в основной и дополнительной литературе из перечня источников, приведенных в рабочей программе дисциплины.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	20	Магистрант продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций, обнаружил всестороннее, глубокое знание учебного материала, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применил их в ситуационной задаче повышенной сложности и предложил единственно правильное решение.

4	17	Магистрант продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе знаний и умений нестандартные ситуации, предусмотренные в задаче.
3	12	Магистрант демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе решения задачи допустил значительные ошибки, проявил отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям.
2	8	Магистрант демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков и предложил непрофессиональное решение ситуационной задачи.
1	0	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. Задача не решена.