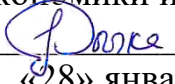


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАМЧАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КамчатГТУ»)

Факультет информационных технологий, экономики и управления

Кафедра «Экономика и менеджмент»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
информационных технологий,
экономики и управления
 /И.А. Рычка /
«28» января 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства»

направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)

направленность (профиль):
«Менеджмент в туризме и индустрии гостеприимства»

Петропавловск-Камчатский,
2026

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

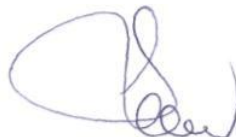
Составитель рабочей программы
преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент»



С.А. Кравцов

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономика и менеджмент» 27.01.2026г., протокол № 6

Зав. кафедрой «Экономика и менеджмент»,
к. э. н., доцент



Ю.С. Морозова

«27» января 2026 г

1 Цели и задачи учебной дисциплины

Целью дисциплины «Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства» является изучение проблем инновационного менеджмента, методов реализации новшеств в сфере инноваций, роли органов государственной власти и управления при реализации инновационной политики, в формировании у будущих специалистов индустрии гостеприимства знаний, умений и навыков, позволяющих обеспечить эффективную деятельность предприятий сферы гостеприимства, за счет применения последних инновационных разработок.

Основные **задачи** курса:

- приобретение навыков анализа инновационных процессов на основе обобщения мирового опыта и учета российской действительности;
- развитие умений принятия и реализации управленческих инновационных решений;
- изучение сущности инновационных процессов в практике менеджмента;
- изучение методов руководства выполнением инновационных проектов;
- изучение методов оценки эффективности инноваций;
- получение знаний и владение методами оценки эффективности проектов, продвижения продуктов гостеприимства и общественного питания;
- формирование навыков внедрения и использования современных технологий и программ индустрии гостеприимства и общественного питания.

2 Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность определять концепцию и стратегию развития экскурсионной организации (ПК-2).

Планируемые результаты обучения при изучении дисциплины, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Планируемые результаты обучения при изучении дисциплины, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Планируемые результаты освоения образовательной программы	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Планируемый результат обучения по дисциплине	Код показателя освоения
ПК-2	способность определять концепцию и стратегию развития экскурсионной организации	ИД-1 _{ПК-2} : знает приоритетные направления развития туризма в Российской Федерации; специализацию и особенности структуры экскурсионного подразделения.	Знать: законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации, регулирующие деятельность в сфере туризма; специализацию и особенности структуры экскурсионного подразделения; основы психологии, конфликтологии, экономики, организации труда и управления.	З(ПК-2)
		ИД-2 _{ПК-2} : знает основы психологии, конфликтологии, экономики, организации труда и управления; трудовое и гражданское законодательство. ИД-3 _{ПК-2} : умеет организовывать работу по рациональной организации труда экскурсионной органи-	Уметь: организовывать работу по рациональной организации труда экскурсионной организации; обеспечивать реализацию проектов в соответствии с утвержденной стратегией развития экскурсионной организации; проверять документы, необходимые для выхода группы на маршрут; определять особые потребности тургруппы или индивидуального туриста; проводить проверку готовности транс-	У(ПК-2)

		зации. Умеет обеспечивать реализацию проектов в соответствии с утвержденной стратегией развития экскурсионной организации.	портных средств при выходе на маршрут; проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках; использовать приемы эффективного общения и соблюдать культуру межличностных отношений.	
			Владеть: навыками организации, проведения работ и анализа текущей информации по всем направлениям деятельности туроператоров; навыками деловых переговоров, способностью организовывать обслуживание туристов.	В(ПК-2)

3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства» является дисциплиной, формируемой участниками образовательных отношений в структуре основной образовательной программы, ее изучение базируется на знании совокупности таких дисциплин, как «Теория менеджмента», «Исследование систем управления».

Знания, умения и навыки, полученные обучающимися в ходе изучения курса дисциплины, могут быть использованы для прохождения преддипломной практики, а также для подготовки выпускной квалификационной работы.

4 Содержание дисциплины

4.1 Тематический план дисциплины очной форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего часов	Аудиторные занятия	Контактная работа по видам учебных занятий			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля*	Итоговый контроль знаний по дисциплине
			Лекции	Семинары (практические занятия)	Лабораторные работы			
Тема 1 «Понятие инновационного менеджмента. Теоретические основы инновационной деятельности гостиничного предприятия»	10	4	2	2		6	Опрос Дискуссия, практические задания, КС	
Тема 2 «Особенности и механизмы рынка инноваций»	10	4	2	2		6	Опрос Дискуссия, КС	
Тема 3 «Организация инновационной деятельности»	12	4	2	2		8	Опрос Дискуссия, КС	
Тема 4 «Планирование и управление инновационной деятельностью в гостиницах и туристских компаниях»	14	8	4	4		6	Опрос Практическое задание	
Тема 5 «Система оценки эффективности»	12	4	2	2		8	Опрос Практические	

инновационной деятельности. Инновационный подход к управлению эффективностью гостиничного бизнеса»							задания	
Тема 6 «Международный опыт внедрения и использования инновационных технологий в гостиничной индустрии»	14	8	4	4		6	Опрос Дискуссия, Практическое задание	
Дифференцированный зачет								
Всего	72	32	16	16		40		

4.2 Тематический план дисциплины очно-заочной форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего часов	Аудиторные занятия	Контактная работа по видам учебных занятий			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля*	Итоговый контроль знаний по дисциплине
			Лекции	Семинары (практические занятия)	Лабораторные работы			
Тема 1 «Понятие инновационного менеджмента. Теоретические основы инновационной деятельности гостиничного предприятия»	13	3	1	2		10	Опрос Дискуссия, практические задания, КС	
Тема 2 «Особенности и механизмы рынка инноваций»	13	3	1	2		10	Опрос Дискуссия, КС	
Тема 3 «Организация инновационной деятельности»	11	3	1	2		8	Опрос Дискуссия, КС	
Тема 4 «Планирование и управление инновационной деятельностью в гостиницах и туристских компаниях»	13	3	1	2		10	Опрос Практическое задание	
Тема 5 «Система оценки эффективности инновационной деятельности. Инновационный подход к управлению эффективностью гостиничного бизнеса»	11	3	1	2		8	Опрос Практические задания	
Тема 6 «Международный опыт внедрения и использования инновационных технологий в гостиничной индустрии»	11	3	1	2		8	Опрос Дискуссия, Практическое задание	
Дифференцированный зачет								
Всего	72	18	6	12		54		

4.3 Содержание дисциплины

Тема 1 «Понятие инновационного менеджмента. Теоретические основы инновационной деятельности гостиничного предприятия»

Лекция

Возникновение, становление, основные черты инновационного процесса. Эволюция техно-

логических укладов. Характерные понятия инновационного менеджмента: инновация, инновационная деятельность, инновационный потенциал, инновационная сфера, инновационная инфраструктура. Сущность, классификация и кодирования инноваций. Функции инноваций. Содержание системы инновационного менеджмента организации. Предмет, структура, принципы и взаимосвязи дисциплины. Особый класс инноваций – финансовые инновации. Инновации в туристической индустрии. Понятие и сущность инновации в индустрии гостеприимства. Функции инноваций и их классификация. Виды инноваций в гостиничном бизнесе. Специфика организационно-управленческих инноваций в гостиничном бизнесе.

Основные понятия темы: инновация, новшество, технологический уклад, инновационный потенциал, инновационная сфера, индустрия гостеприимства, организационно-управленческие инновации.

Вопросы для самоконтроля:

1. Охарактеризуйте эволюцию подходов к инновационному менеджменту.
2. Как конечная цель инновационного менеджмента соотносится с основной целью менеджмента в целом?
3. Приведите несколько определений инновации. В чем причины различных трактовок понятия? Какое определение, на Ваш взгляд, наиболее точно отражает суть инновации?
4. Приведите примеры базисных, улучшающих и псевдоинноваций. В чем сложность практического применения этой классификации? Обоснована ли реализация псевдоинноваций в современных условиях?
5. Каким образом можно определить инновационный процесс? Охарактеризуйте определения.
6. Перечислите основные этапы инновационного процесса.
7. Проведите различия между фундаментальными и прикладными исследованиями. Какова цель опытно-конструкторских работ?
8. Каковы причины необходимости внедрения инноваций в гостиничном бизнесе?
9. Какие виды инноваций чаще всего применяются в гостиничной индустрии?
10. Каковы основные этапы процесса инновационного управления в гостиничном бизнесе?
11. Какие методы исследования и оценки инноваций могут быть применены в гостиничном бизнесе?
12. Каковы риски, связанные с внедрением инноваций в гостиничное дело?
13. В чём заключается роль управления изменениями в процессе реализации инноваций?
14. Каким образом инновации могут способствовать повышению конкурентоспособности гостиничного предприятия?

Практическое занятие

Вопросы для обсуждения.

1. Современное состояние и задачи инновационного менеджмента.
2. Основные черты инновационного менеджмента.
3. Проблемы инновационного менеджмента.
4. Становление инновационного менеджмента в России и его задачи.
5. Этапы жизненного цикла инноваций.
6. Классификация инноваций и инновационных процессов.
7. Элементы инноваций и их сущность.
8. Объективная необходимость управления инновации в условиях рынка.
9. Разработка и проведение кадровой политики в инновационном процессе.
10. Контроль в инновационном процессе.
11. Факторы, побуждающие гостиницы внедрять инновации в свою работу.
12. Области гостиничного бизнеса с наибольшим потенциалом для инноваций.
13. Эффективное управление рисками, связанными с внедрением новых технологий или услуг.

14. Примеры успешного внедрения инноваций в гостиничном бизнесе.

Практические задания.

Задание 1.

Ряд экономистов считает, что инновационная экономика - это не что иное, как национальная реакция государства и населения на значительные ограничения, возникающие на пути экономического роста (например, увеличение или снижение цен на нефть и другие энергоносители), или на изменения «правил игры» на мировом рынке (установление повышенных таможенных тарифов, квот и т.д.).

Вопрос: Как вы думаете, насколько это утверждение верно? Приведите примеры и обоснуйте свой ответ.

Задание 2.

История сотовой связи начинается в 1946 г. Компания AT&TBellLaboratories(США) выдвинула и реализовала инновационную идею - создала радиотелефоны, устанавливающиеся в автомобилях. Радиопередатчик позволял пассажирам или водителю связаться с АТС и таким образом совершить звонок.

Для связи выделяется диапазон с фиксированными частотными каналами. Компания разработала систему ячеек или сот, откуда и пошло сегодняшнее название сотовых телефонов.

В 1979 г. Япония заинтересовалась американской разработкой и начала проводить соответствующие испытания.

В СССР первая автоматическая дуплексная система профессиональной мобильной радиосвязи с подвижными объектами под названием «Алтай» заработала в конце 1950-х гг. В течение долгого времени «Алтай» был единственным средством мобильной связи в стране.

В Санкт-Петербурге в 1991 г. начала свою работу сотовая компания «Дельта Телеком». Она являлась первым оператором сотовой связи на российском рынке.

На сегодняшний день в России услугами сотовой связи пользуются более 100 млн человек. Развитие новых сетей идет полным ходом, начинают использоваться и внедряться прогрессивные стандарты и спецификации третьего поколения. Компания NTTDoCoMosовместно с МТС ввела в нашей стране услугу i-mode, которая позволяет активно пользоваться Интернетом. I-modeочень популярен в Японии.

Вопрос: К какой классификационной группе инноваций по нижеприведённой классификации относится сотовая связь для США, Японии, России? Обоснуйте свое решение.

Классификация инноваций

В зависимости от суммы признаков классификационные группы инноваций различают по ряду параметров:

1) технологические: продуктовые (продукт-инновации) и процессные (процесс-инновации);

2) степень новизны: на международном уровне; для страны; для предприятия;

3) значимость воздействия на экономику – базовые, основанные на научных открытиях и крупных изобретениях; их накопление приводит к переходу на новый технологический уровень; улучшающие, способствующие диффузии базовых инноваций; псевдоинновации – обеспечивающие посредством незначительного совершенствования базовых и улучшающих инноваций достижение максимальной эффективности путем расширения рынка сбыта и сферы использования;

4) воздействие на процесс производства: расширяющие (диффузные), направленные на использование принципов и методов базовых инноваций в других экономических областях; замещающие, предназначенные для производства операций другим, более эффективным способом; улучшающие, служащие для повышения качества работ (эта группировка является частным случаем предыдущей);

5) воздействие на факторы производства – комплексные, требующие соответствующих

изменений в оборудовании, технологии, квалификации работников; локальные, не вызывающие значительных изменений в факторах производства;

6) область применения: технологическая, организационно-управленческая, экономическая, маркетинговая, социальная, экологическая, информационная;

7) причина возникновения: стратегическая, имеющая перспективный характер и служащая для обеспечения конкурентоспособности товара или услуги предприятия в будущем; реактивная, возникающая как реакция на действия конкурентов, направленная на повышение конкурентоспособности товара или услуги;

8) характер удовлетворяемых потребностей: создание новых потребностей; удовлетворение имеющихся потребностей иным способом; более эффективное удовлетворение имеющихся потребностей

Задание 3.

Канцелярская скрепка как простое устройство для соединения нескольких листов бумаги появилась еще в XIX веке. В наше время для этих целей стали использоваться степлер, пружинный зажим, да и у самой скрепки появилось несколько вариантов. Широко распространены прозрачные пакеты – мультифоры, в которые можно поместить несколько листов бумаги, ничем не скрепляя.

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

Виды устройств	Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"> → обычная канцелярская скрепка; → канцелярская скрепка большого размера; → канцелярская скрепка, изготовленная из пластмассы; → степлер; → пружинный зажим; → мультифора. 		

Вопрос: Сделайте прогноз: есть ли основания для близкого завершения жизненного цикла канцелярской скрепки?

Задание 4.

Предложите новшество для улучшения туристской деятельности. Это может быть компьютерная технология, порядок разработки маршрутов, формирование турпродукта, создание базы данных и т.д. Обоснуйте целесообразность осуществления новшества. Обоснование приведите в таблице.

Основные положения новшества	Содержание
Название новшества	
Цель, которая должна быть достигнута	
Краткое содержание предложения	
Потребитель (для кого предназначено)	
Суть новизны предложения	
Предполагаемый исполнитель	
Порядок реализации проекта	
Необходимые ресурсы	

Задание 5.

Выбрать конкретную гостиницу (или рассмотреть вымышленное предприятие) и провести комплексный анализ её инновационной деятельности. Необходимо:

- Собрать информацию об истории развития предприятия и выявленных этапах внедрения инноваций (технологических, организационных, сервисных).
- Проанализировать основные факторы, побудившие руководство к инновациям (конкуренция, спрос, повышение качества обслуживания и др.).
- Оценить результативность внедрённых нововведений: произошли ли изменения в уровне удовлетворённости клиентов, финансовых показателях, конкурентоспособности гостиницы.
- Сделать выводы о степени инновационности предприятия, а также о том, каким образом теоретические основы управления инновациями реализованы на практике.

В конце представить письменный отчёт с выводами и презентацию для обсуждения в группе.

Литература: [1]; [2]; [3]; [4]; [5]; [6]

Тема 2 «Особенности и механизмы рынка инноваций»

Лекция

Особенности инновационного процесса. Товарный разрез рынка инноваций, и его особенности. Особенности торговли инновациями. Продвижение и диффузия – конечный этап инновационного процесса. Анализ конкурентоспособности организации и конкурентов. Источники инновационных возможностей: неожиданное событие (неожиданный успех, неожиданная неудача, неожиданное внешнее событие); несоответствие, несовпадение (между реальностью как она есть и её отражением в наших мнениях и оценках); инновация, основанная на потребностях процесса; демографические изменения; изменения в структуре отрасли или рынка, захватившее всех врасплох; изменения в восприятии и настроениях; новое знание, научное и ненаучное.

Основные понятия темы: инновационный процесс, диффузия, структура рынка, лицензия, научно-технологическое сотрудничество, научное знание.

Вопросы для самоконтроля:

1. Из каких этапов состоит инновационный процесс?
2. В чем специфика рынка инноваций?
3. Укажите основные функции инновационного рынка?
4. Раскройте основные способы передачи инноваций?
5. Укажите основные источники инновационных возможностей?
6. Раскройте этапы диффузии инноваций?

Практическое занятие

Вопросы для обсуждения:

1. Инновационный процесс как объект управления в условиях рынка РФ.
2. Инновационный цикл инновационного процесса.
3. Стадия фундаментальных исследований.
4. Государственные органы управления процессом инновации.
5. Методы управления инновационным процессом.
6. Модели инновационного процесса.
7. Правовое регулирование в управлении инновационным процессом
8. Проблемы управления инновационным процессом в экономике зарубежных стран.
9. Механизмы управления инновационным процессом в условиях развитой экономики.
10. Система управления инновационным процессом в развитых странах.

Практическое задание

Задание

Человек, жизнь которого составила основу этого примера, - это Честер Карлсон, изобретатель ксерокопирования. Он родился в начале XX в. и гораздо раньше других понял, что возможно разработать способ производства фотокопий любого документа на листе бумаги. После не-

скольких лет экспериментирования он в 1938 г. добился производства фотокопий в лабораторных условиях. Он назвал этот процесс ксерографией и в конце 1930-х гг. получил первые патенты на этот процесс. Будучи американцем, он попытался предложить свою идею гигантам американской промышленности. Он обратился в наиболее инновационные, высокотехнологичные компании того времени - *IBM, Kodak* и многие другие. Но все они отвернулись от этих идей. То ли они не верили в эти идеи, то ли боялись, что в случае успеха пострадает их основной бизнес.

Но Карлсон был очень настойчивым. В конце 1940-х гг. он, наконец, нашел небольшую компанию, которая согласилась инвестировать в его идеи. Эта компания называлась *Haloid*. Позже она решила поменять название на *Xerox* и стала одной из самых блистательных, наиболее успешных американских компаний 1950-60-х гг. Она далеко обогнала своих конкурентов по масштабам и доходности. Так было до 1970-х гг., когда была разрушена всемирная монополия компании *Xerox* на рынке копирования.

По-видимому, Карлсон никогда не смог бы упорствовать так долго, если бы он не руководствовался общими представлениями о технологическом развитии и месте в нем его изобретения. Он видел потребность, которую знал, как удовлетворить, поэтому он был настойчив в реализации своих представлений.

Чтобы лучше понять мотивы каждой из участвующих в этой истории сторон, давайте поставим себя на место Честера Карлсона. Итак, представьте себе, что вы являетесь молодым изобретателем, и у вас есть революционная идея о принципиально новой продукции, и вы знаете, как эту идею претворить в жизнь. Вы уже проверили и убедились, что технически идея вполне осуществима, но вам нужны партнеры для развития и реализации идеи, поскольку создание и реализация коммерческой модели требует гораздо больше финансовых ресурсов, чем есть в вашем распоряжении. Вам необходимо найти компанию, которая инвестирует средства в развитие вашей идеи и реализует ее в рыночной продукции. Поэтому вы, молодой изобретатель, обращаетесь в известные высокотехнологичные инновационные компании и предлагаете им свою идею. Но вы с удивлением обнаруживаете, что они отвергают вашу идею. Почему они так поступают? Они боятся, что ваша продукция не будет достаточно качественной, что ее не смогут продавать? А может, они боятся, что новая продукция «поглотит» ту, которую компания успешно производит? Что останавливает компании инвестировать средства в развитие вашей идеи?

В конце концов, вы находите небольшую компанию, которая готова попытаться произвести новую продукцию, развивая вашу идею. Инвестиции в развитие вашей идеи являются для этой компании основными. Эта малая компания не играет ведущей роли на рынке, где будет продаваться ваша новая продукция. Ее руководство смело решило попытаться создать новый продукт. Оно оценило коммерческий и технический смысл вашей идеи и решило инвестировать в нее свои средства. Конечно, компания опасается потерять свои деньги, если новая продукция окажется неудачной, но она действует, несмотря на свой страх.

Созданная в результате этого сотрудничества продукция пользуется большим успехом на рынке. Успех оказывается более значительным, чем предполагали вы и менеджеры небольшой предпринимательской компании, реализовавшие вашу идею в конкретной продукции. Чем вы, молодой изобретатель, руководствовались в своих действиях? Боялись ли вы потерять свои средства к существованию, стать безработным? Почему вы потратили так много времени на свое изобретение, хотя оно не имело отношения к вашей текущей работе?

Стороны, принимавшие участие в истории	Мотивы, определяющие решение
Молодой изобретатель	
Известные высокотехнологичные компании	
Малая предпринимательская компания	

Вопрос: Какие, по вашему мнению, мотивы определяли поведение и решения, принимаемые каждым из участников описанной выше истории? Заполните таблицу.

Литература: [1]; [2]; [3]; [4]; [5]; [6]

Тема 3 «Организация инновационной деятельности»

Лекция

Особенности управления инновациями. Участники инновационного процесса. Тенденции развития технологий и их классификации. Задачи, особенности и стадии организационно-технологической подготовки производства. Анализ и прогнозирование организационно-технологического уровня производства. Экономические вопросы организационно-технологической подготовки производства. Инновационная политика хозяйствующего субъекта. Особенности инновационного проектирования в туристской деятельности.

Основные понятия темы: стоимость, цена, технология, проблемы ценообразования, прогноз, производство, проект.

Вопросы для самоконтроля:

1. Каким образом формируется стоимость на инновационные товары?
2. Перечислите требования к ценам на инновационный товар?
3. Укажите основных участников инновационного процесса?
4. Какие существуют тенденции развития инновационных производств?
5. В чем заключается инновационная политика турфирмы?
6. В чем заключаются особенности инновационного проектирования?

Практическое занятие

Вопросы для обсуждения:

1. Сущности и содержание инновационного проекта.
2. Этапы инновационного проекта и их характеристика.
3. Этап инвестиционного замысла.
4. Этап исследования инвестиционного замысла.
5. Этап технико-экономического обоснованного проекта.
6. Этап строительно-монтажных и пуско-наладочных работ.
7. Эффективность инновационного проекта и их основные формы.
8. Основные критерии для оценки инвестиционного проекта.

Практические задания

Задание

Амфитрион – ваш проводник по Греции.

В конце октября 1993 года Константин Митсиу, владелец и менеджер группы компаний Амфитрион, задался целью организовать специальный тур для подростков. Имелась в виду 14-дневная поездка, охватывающая самые красивые места, исторические и археологические достопримечательности Греции. К этому моменту у него были заключены договоры с двумя профессорами, которым отводилась роль гидов в предполагаемой поездке.

Компания Амфитрион была основана как туристическое агентство в 1957 году и к 1993 году была уже большим туристическим судоходным предприятием. Главный офис компании расположен в престижном деловом центре Афин. Амфитрион имеет филиалы в Токио, Вашингтоне и Торонто. Её греческие офисы расположены в Афинах, Пире и на Крите. Основными потребителями услуг компании являются администраторы и служащие фирм, которые делали свои заказы в филиалах компании Амфитрион там, где располагались их собственные предприятия. Эти же клиенты покупали семейные туры и экскурсии. Основная часть клиентуры состояла из менеджеров высшего и среднего звена, частично их секретарей и ассистентов. Только 10% продаж приходилось на случайных клиентов, которые ненароком заглядывали в офисы Амфитриона.

Г-н Митсиу задумался о возможности проведения тура для подростков после встречи с другими туристическими агентами на проходившей в Милане Международной конференции в сентябре 1993 года. В ходе неформальных бесед он узнал о существовании положительного опыта проведения таких туров в других странах и городах Европы, в частности в Риме, где это мероприятие постепенно переросло в доходный летний бизнес, так как наилучшее время для прове-

дения этих поездок – конец июля и начало августа. Константин выяснил, что родителей и подростков в турах такого рода привлекает возможность отдыхать отдельно. Вместе с тем, родители принимают это предложение только при условии, что агент, организующий тур, гарантирует надлежащий присмотр за подростками и уровень подготовки гидов.

Вернувшись в Афины, г-н Митсиу обсудил идею организации тура со своими друзьями, супругами Ликидис и предложил им сотрудничество в рамках проекта. Супруги отнеслись к идее с энтузиазмом и согласились на роль гидов тура, т. к. г-н Ликидис, являясь профессором истории, усмотрел в проекте возможность удовлетворения своих профессиональных интересов.

Своё турне г-н Митсиу предполагал сконцентрировать на Греции, её национальном колорите, основных исторических и архитектурных достопримечательностях всей страны. Тематика этого тура определилась после знакомства Константина с письмами родителей и преподавателей в СМИ. Авторы писем жаловались, что история Греции изучается в школах исключительно теоретически и изъявляли желание отправить своих детей в хорошо организованную поездку, которая позволила бы им самим увидеть места, о которых они получали лишь сухую информацию на уроках истории, оценить все красоты природы и с помощью квалифицированных экскурсоводов узнать много нового и интересного.

Константин Митсиу, имеющий определённый социальный опыт, хорошо понимал, что подросткам не понравится поездка, если она будет предполагать только посещение музеев, исторических и архитектурных достопримечательностей. Поэтому он решил предоставить им возможность отдохнуть на морском побережье, погулять по небольшим городкам и деревенькам, поселиться в тавернах и на дискотеках.

Как опытный туристический агент и менеджер г-н Митсиу знал, что иногда клиенты отказываются от поездки в последний момент, что приводит к необходимости возвращать деньги. В этом случае компания несёт немалые убытки. Кроме того, специфика туристического бизнеса предполагает выплаты наперёд для бронирования билетов и комфортабельных номеров, особенно в городах, где небольшой выбор отелей. В случае же если будет отменена вся поездка, то убытки компании возрастут на порядок.

Более того, от своего друга, известного юриста, у которого было двое сыновей-подростков, Константин получил информацию о том, что тинэйджеры мало интересуются историей, что бы там ни писали газеты по этому поводу и профессионализм гидов не имеет для них никакого значения. Подростки с большим удовольствием поедут в поездку, где им предоставят возможность доказать, что они самостоятельные люди и могут путешествовать самостоятельно. Эта информация оказалась весьма важной для г-на Митсиу, поскольку он всегда доверял мнению своего друга.

Однако, несмотря на существующие риски, г-н Митсиу не отказался от своей идеи и решил приступить к разработке плана тура для подростков.

Определите вид проекта, который разрабатывался главным героем. Используя данные, приведённые в конкретной ситуации: «Амфитрион – ваш проводник по Греции», смоделируйте возможную структуру (выделите отдельные этапы, шаги и определите их последовательность) инновационного проекта: «Тур для тинэйджеров». Спрогнозируйте возможные дополнительные эффекты в ходе реализации задуманного г-ном Митсиу проекта. Опишите условия, при которых данный проект может быть успешным.

Литература: [1]; [2]; [4]; [5]

Тема 4 «Планирование и управление инновационной деятельностью в гостиницах и туристских компаниях»

Лекция

Планирование и разработка инновационных проектов. Управление инновационной деятельностью гостиниц и предприятий общественного питания. Анализ эффективности инноваци-

онной деятельности и инвестиционных проектов. Инновационный маркетинг. Методология инновационного менеджмента. Метод инновационного адресного управления эффективностью гостиничного бизнеса.

Основные понятия темы: проект, планирование, инвестиции, адресное управление.

Вопросы для самоконтроля:

1. В чем заключаются этапы планирования инновационных проектов в гостиничном бизнесе и туристских компаниях?
2. Какие основные методы разработки инновационных проектов существуют и как они применяются в отрасли гостеприимства?
3. Каковы основные особенности управления инновационной деятельностью в гостиницах и предприятиях общественного питания?
4. Какие показатели используются для анализа эффективности инновационной деятельности гостиничных предприятий и туристских компаний?
5. Какие существуют методы оценки инвестиционных инновационных проектов и как они реализуются на практике?
6. В чем заключается сущность инновационного маркетинга и какие подходы используются при продвижении инноваций на рынке гостиничных услуг?
7. Какова роль и функции инновационного менеджмента в современной гостинице или туристской компании?
8. Опишите методологию инновационного менеджмента. Какие этапы она включает?
9. В чем особенности метода инновационного адресного управления эффективностью гостиничного бизнеса?
10. Какие возможны риски при внедрении инновационных проектов в гостиницах и как ими управлять?
11. Как формируется инновационная стратегия гостиничного предприятия?
12. Почему важно учитывать потребности клиентов при планировании инновационной деятельности в гостиничном бизнесе?
13. Как осуществляется контроль за реализацией инновационных проектов на практике?
14. Какие примеры успешной реализации инновационной деятельности в отечественной сфере гостеприимства вы можете привести?
15. Каковы отличия инновационного и традиционного управления гостиничным предприятием?

Практическое занятие

Задание

Гостиница «Северный Остров» - современный отель в центре крупного города. В последние два года руководство сталкивается со снижением загрузки и ухудшением отзывов гостей по сравнению с конкурентами. Анализ ситуации показал: клиенты отмечают отсутствие индивидуального подхода, малоиспользуемых современных технологий (например, онлайн-регистрация, «умные» номера), слабую работу с клиентским опытом и недостаточно гибкую систему ценообразования. Руководство решило внедрять инновационные решения - разработать мобильное приложение для гостей, внедрить цифровые «умные» технологии в номера, использовать гостиничную big data для анализа потребностей клиентов и совершенствования сервисов. Однако персонал опасается изменений, а часть управляющих сомневается в окупаемости вложений и не готова брать на себя инициативу, опасаясь рисков.

Вопросы для анализа:

1. Каковы ключевые проблемы, препятствующие развитию гостиницы «Северный Остров» на современном рынке?
2. Какие инновационные подходы могло бы использовать руководство для повышения конкурентоспособности гостиницы?

3. Как правильно определить приоритеты при внедрении инноваций с учетом ограниченности ресурсов и наличия рисков?
4. Как преодолеть сопротивление персонала изменениям и вовлечь сотрудников в инновационные процессы?
5. Какие риски связаны с внедрением цифровых технологий и как ими можно управлять в гостиничном бизнесе?
6. Какова роль анализа клиентских данных (big data) в повышении качества сервиса и внедрении инноваций?
7. Какие показатели эффективности следует использовать для оценки успешности внедренных инноваций?
8. Как изменение структуры управления может повлиять на успешность инновационной деятельности в отеле?
9. Какие особенности учета потребностей разных сегментов клиентов следует учесть при внедрении новых сервисов?
10. Как выстроить стратегию инновационного развития с учетом долгосрочных и краткосрочных целей гостиницы?

Литература: [1]; [2]; [5]

Тема 5 «Система оценки эффективности инновационной деятельности. Инновационный подход к управлению эффективностью гостиничного бизнеса»

Лекция

Основные принципы оценки эффективности инноваций. Измерение, планирование и проектирование инновационных затрат и результатов. Оценка эффективности инновационного проекта в целом. Оценка эффективности участия предприятия (организации) в проекте. Оценка эффективности проекта для акционеров. Оценка эффективности проекта на отраслевом и региональном уровне. Принятие решений по инвестиционным альтернативам инновационных проектов. Эффективность и устойчивость инновационного проекта в условиях неопределенности и риска. Механизм управления эффективностью гостиничного бизнеса посредством организационно-управленческих инноваций.

Основные понятия темы: эффективность, проект, виды эффективности, механизм управления.

Вопросы для самоконтроля:

1. В чем сущность однофакторных моделей оценки экономической эффективности инновационных проектов? Какие критерии в них используются?
2. Перечислите показатели эффективности, и поясните принципы их расчета.
3. Что предполагает дисконтирование? Существуют ли проекты, где дисконтирование не требуется?
4. Каковы особенности и ограничения в применении сравнительной оценки эффективности инновационных проектов?
5. Какие критерии, помимо финансово-экономических, используются в многофакторных моделях оценки экономической эффективности инновационных проектов?
6. Какие риски наиболее характерны для инновационной деятельности и почему?
7. В управлении рисками обязательно ли уход от риска предполагает отказ от рискованных проектов?
8. Почему диверсификация, процесс сам по себе весьма рискованный, считается способом снижения риска?
9. Как организация защиты коммерческой тайны на предприятии влияет на степень инновационного риска?
10. Что понимается под инновационным подходом в управлении гостиничным бизнесом?
11. Какие основные виды инноваций применяются в гостиничной индустрии?

12. Как инновации влияют на повышение эффективности гостиничного предприятия?
13. Какие современные технологии внедряются для автоматизации бизнес-процессов в отелях?
14. Как использование big data и аналитики может улучшить качество обслуживания гостей?
15. Какие методы развития персонала способствуют внедрению инноваций в гостинице?
16. Как оценивается результативность внедрения инновационных решений в гостиничном бизнесе?
17. Какие показатели (KPI) используются для оценки эффективности инноваций в отелях?
18. Каков алгоритм внедрения инноваций в структуру управления гостиницей?
19. Какие барьеры и риски могут возникнуть при проведении инновационных преобразований, и как их преодолеть?
20. Почему важна ориентация на клиента при формировании инновационной стратегии гостиницы?
21. Какую роль играют партнерства с технологическими компаниями для инновационного развития гостиничного предприятия?
22. Какие примеры успешного внедрения инновационных решений в гостиничном бизнесе вы знаете?
23. В чем заключается отличие традиционных и инновационных подходов к управлению эффективностью гостиницы?
24. Как формируется корпоративная культура, способствующая развитию инноваций в гостиничном бизнесе?

Практическое занятие

Задание 1.

На конкурс предложены три проекта, характеризующиеся следующими показателями:

Показатели	Проекты		
	1	2	3
1. Затраты на реализацию проекта, тыс.р.	5000	10 000	10 000
2. Прибыль от реализации проекта, тыс.р.	9000	16 000	8000
3. Срок реализации, лет	2	4	1

Выберите наиболее привлекательный с точки зрения эффективности проект.

Задание 2.

Имеются три альтернативных проекта. Доход первого - 3000 тыс. р, причем первая половина средств поступает сейчас, а вторая через год. Доход второго - 3500 тыс. р., из которых 500 тыс. р. поступает сразу, 1500 тыс. р. через год и оставшиеся 1500 тыс. р. через 2 года. Доход третьего проекта равен 4000 тыс. р., и вся эта сумма будет получена через три года. Необходимо определить, какой из этих трех проектов предпочтительнее при ставке дисконта 10 %.

Задание 3.

Совет директоров инвестиционной компании принял решение рассматривать проекты со ставкой дисконтирования 10-14 %. Пройдет ли проект, требующий инвестиций в размере 8 млн. р., рассчитанный на 5 лет и приносящий в течение этого срока доход в сумме 2,2 тыс. р.?

Задание 4.

Гостиница «Альянс» на протяжении нескольких лет удерживала стабильную долю рынка среди бизнес-туристов в крупном городе. Однако в последнее время руководство отеля стало замечать снижение заполняемости номеров, рост числа негативных отзывов и потерю лояльных клиентов. Одновременно на рынке появились новые конкуренты, активно использующие цифровые технологии – онлайн-регистрацию, мобильные приложения для обслуживания гостей, вир-

туальных консьержей и персонализированные предложения. Руководство «Альянса» обсуждает возможность внедрения инновационных решений, однако не все сотрудники поддерживают реформы: часть коллектива опасается сокращения рабочих мест, а финансисты сомневаются в рентабельности инвестиций. В результате усиливается внутреннее сопротивление изменениям, а туристы продолжают отдавать предпочтение современным конкурентам.

Вопросы для анализа:

1. Каковы основные причины снижения конкурентоспособности гостиницы «Альянс»?
2. Какие инновационные решения, применяемые конкурентами, могут быть эффективны для повышения привлекательности отеля?
3. С какими внутренними и внешними барьерами может столкнуться руководство при внедрении инноваций?
4. Каким образом можно мотивировать персонал поддерживать инновационные преобразования?
5. Как оценить экономическую эффективность внедрения инновационных технологий в гостинице?
6. Как обязать менеджмент и сотрудников гостиницы быть ориентированными на клиента в условиях изменений?
7. Какой алгоритм внедрения инноваций вы бы предложили для решения обозначенной проблемы?
8. Какие риски могут возникнуть при реализации инновационной стратегии, и как их можно минимизировать?
9. Как опыт других гостиничных предприятий может помочь «Альянсу» выработать собственную стратегию инновационного развития?

Задание 5.

Гостиничное предприятие «Премиум Отель» долгое время успешно работало на рынке, занимая лидирующие позиции в своем сегменте. Однако за последний год руководство отметило снижение загрузки номеров, уменьшение числа постоянных клиентов, а также негативные отзывы о сервисе и устаревших технологиях. Анализ конкурентов показал, что многие отели внедрили инновационные решения: мобильные приложения для бронирования и управления услугами, электронные системы оплаты, интеллектуальные системы управления номерным фондом и автоматизированные сервисы для гостей. Руководство «Премиум Отеля» признало необходимость внедрения инновационных подходов к управлению эффективностью, однако столкнулось с рядом внутренних проблем - консерватизм персонала, нехватка информации о возможных инновациях и опасения связанных финансовых и организационных рисков.

Вопросы для анализа:

1. Как оценить уровень инновационного развития «Премиум Отеля» по сравнению с основными конкурентами?
2. Какие ключевые инновации в управлении гостиничным бизнесом наиболее актуальны для повышения эффективности работы отеля?
3. Каковы основные барьеры и риски при внедрении инноваций в управленческие процессы отеля и как их можно преодолеть?
4. Какие методы мотивации персонала позволят повысить их заинтересованность и вовлеченность в процесс инновационных изменений?
5. Как провести экономическую оценку (затраты/выгоды) внедрения новых технологий и сервисов для «Премиум Отеля»?
6. Какие показатели эффективности наиболее информативны для оценки успеха внедрения инновационного подхода?
7. Какой алгоритм/план действий по этапному внедрению инноваций может быть предложен для решения сложившейся проблемы?
8. Как опыт отраслевых лидеров и международные практики могут быть адаптированы для условий «Премиум Отеля»?

9. Как вовлечь клиентов в процесс развития инноваций и повышения качества сервиса?
10. Какие долгосрочные преимущества получит гостиница от системного внедрения инновационных подходов к управлению эффективностью?

Литература: [1]; [2]; [6]

Тема 6 «Международный опыт внедрения и использования инновационных технологий в гостиничной индустрии»

Лекция

Анализ инновационных технологий в международных гостиницах и отелях. Использование инноваций на гостиничном рынке Российской Федерации.

Основные понятия темы: инновационные технологии, гостиничный рынок.

Вопросы для самоконтроля:

1. Каковы основные причины внедрения инновационных технологий в гостиничной индустрии на международном уровне?
2. Какие современные инновационные технологии наиболее востребованы в мировой практике гостиничного бизнеса?
3. Как опыт ведущих мировых отелей повлиял на развитие цифровизации гостиничных услуг?
4. Какие примеры успешного внедрения инноваций в зарубежных гостиницах можно привести?
5. С какими трудностями сталкиваются международные гостиничные сети при внедрении новых технологий?
6. Как меняется управление гостеприимством в результате применения инновационных решений?
7. Как использование инноваций отражается на удовлетворённости гостей и конкурентоспособности отеля?
8. Какие международные стандарты и практики используются для оценки эффективности технологических нововведений в гостиничном бизнесе?
9. Какую роль играют персонал и гости при внедрении инновационных технологий в зарубежных отелях?
10. Как международный опыт внедрения инноваций можно адаптировать для развития отечественных гостиничных предприятий?

Практическое занятие

Вопросы для обсуждения:

1. Какие инновационные технологии наиболее востребованы в зарубежных гостиницах сегодня?
2. Почему отели инвестируют значительные средства во внедрение новых технологий?
3. Какие преимущества получают зарубежные гостиницы за счет использования инноваций?
4. С какими трудностями сталкиваются механизмы внедрения инноваций в зарубежном гостиничном бизнесе?
5. Как изменились ожидания и потребности гостей благодаря внедрению современных технологий?
6. Как новые технологии влияют на уровень сервиса и качество обслуживания гостей?
7. Какие инновационные решения наиболее эффективны с точки зрения повышения конкурентоспособности отеля?
8. Как влияет цифровизация на структуру управления и организацию работы в хозяйстве отеля?

9. Как зарубежные гостиничные сети подстраивают свои инновационные решения под разные рынки и культуры?
10. Какие инновации зарубежных гостиниц могут быть востребованы и применены в российских условиях?
11. В чем заключаются основные различия между внедрением инноваций в зарубежных и российских отелях?
12. Какую роль играет обучение персонала в успешной интеграции новых технологий?
13. Каков вклад гостей (обратная связь, предложения) во внедрение и развитие инноваций?
14. Какие риски и угрозы связаны с активным внедрением инноваций в гостиничном бизнесе?
15. Могут ли инновации в гостиничном бизнесе стать определяющим фактором для формирования имиджа отеля на мировом рынке?

Практические задания

Задание

Гостиница «Северное сияние» – крупный отель в Санкт-Петербурге, рассчитанный преимущественно на иностранных туристов. Руководство отеля решило внедрить инновационную систему бесконтактного заселения и «умных» номеров, ориентируясь на успешный опыт скандинавских и азиатских гостиничных сетей. В рамках этого проекта были закуплены новые замки с технологией NFC, установлены голосовые ассистенты в номерах, цифровые панели для управления освещением и кондиционированием, а также внедрено мобильное приложение для гостей.

Однако спустя полгода после запуска проекта специалисты отмечают несколько проблемных моментов:

- Мобильное приложение работает нестабильно, часто «зависает», интерфейс не всегда понятен иностранцам.
- Некоторые туристы, особенно старшего возраста, не справляются с использованием цифровых панелей и голосовых ассистентов.
- Бесконтактные замки иногда не реагируют на смартфоны гостей, что вызывает очереди на ресепшн и недовольство посетителей.
- Персонал испытывает трудности с быстрым решением технических сбоев, несмотря на проведённое обучение, и часто не уверен в правильности своих действий.
- Положительные ожидания по увеличению числа иностранных гостей не оправдались, а уровень удовлетворённости клиентов по сравнению с предыдущим годом снизился.
- Внутри коллектива нарастает сопротивление новым технологиям, часть сотрудников даже высказывает желание вернуться к традиционным процедурам.

Вопросы для анализа:

1. В чём заключаются ключевые ошибки менеджмента отеля при адаптации международного опыта инноваций к российским условиям?
2. Почему успешные зарубежные практики не всегда дают аналогичный результат в российских гостиницах? Какие особенности необходимо учитывать?
3. Каковы возможные причины неудовлетворительной работы мобильного приложения и как можно устранить эти проблемы?
4. Как повысить цифровую грамотность и лояльность гостей к новым технологиям, особенно среди старших посетителей?
5. Какие дополнительные мероприятия по обучению и поддержке персонала могут повысить эффективность использования новых систем?
6. Следовало ли руководству внедрять инновации поэтапно, а не запускать сразу весь комплекс цифровых услуг?
7. Каковы возможные пути преодоления сопротивления персонала нововведениям и формирования позитивного отношения к инновациям?
8. Как системно собирать и учитывать обратную связь гостей для совершенствования внедрённых технологий?

9. Какие ещё зарубежные примеры (страны, бренды) стоило бы изучить перед внедрением, и как проводить глубокую адаптацию иностранного опыта?

10. Какие риски для репутации и конкурентоспособности отеля связаны с неудачным внедрением инноваций, и как их минимизировать?

Литература: [1]; [2]; [4]; [5]; [6]

5 Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся

В целом внеаудиторная самостоятельная работа студента при изучении курса включает в себя следующие виды работ:

- проработка (изучение) материалов лекций;
- чтение и проработка рекомендованной основной и дополнительной литературы;
- подготовка к практическим (семинарским) занятиям;
- поиск и проработка материалов из Интернет-ресурсов, периодической печати;
- выполнение домашних заданий в форме творческих заданий, кейс-стади, докладов;
- подготовка презентаций для иллюстрации докладов;
- выполнение контрольной работы, если предусмотрена учебным планом дисциплины;
- подготовка к текущему и итоговому (промежуточная аттестация) контролю знаний по дисциплине (экзамен).

Основная доля самостоятельной работы студентов приходится на проработку рекомендованной литературы с целью освоения теоретического курса, подготовку к практическим (семинарским) занятиям, тематика которых полностью охватывает содержание курса. Самостоятельная работа по подготовке к семинарским занятиям предполагает умение работать с первичной информацией.

6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Структура фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства» представлен в приложении к рабочей программе дисциплины и включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

7 Рекомендуемая литература

7.1 Основная литература

1. Отнюкова, М.С. Инновации в туризме: учебник для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. // [Электронные ресурсы]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/568315>.

2. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / под общей редакцией Л.П. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 479 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17994-1. — Текст: электронный // Образовательная

платформа Юрайт [сайт]. // [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/560294>.

7.2 Дополнительная литература

3. Мальцева, С.В. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / С.В. Мальцева; ответственный редактор С. В. Мальцева. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 517 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17988-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. // [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/560009>.

4. Хотяшева, О.М. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. // [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/535910>.

5. Тебекин, А.В. Инновационный менеджмент: учебник для бакалавров / А. В. Тебекин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 481 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3656-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. // [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/508049>.

6. Инновационный менеджмент. Коммерциализация результатов научных исследований и разработок: учебник и практикум для академического бакалавриата / под редакцией В. А. Антонца, Б. И. Бедного. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 266 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20450-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. // [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/558322>.

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Журнал «Российский журнал менеджмента»: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.rjm.ru

2. Всем, кто учится: обзоры сайтов, учебники по экономике и управлению – <http://www.alleng.ru>

3. Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент»: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru>

4. Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ»: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>

5. Электронно-библиотечная система «eLibrary»: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.elibrary.ru>

6. Электронная библиотека диссертаций РГБ: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.diss.rsl.ru>

7. Электронная библиотека GrebennikOn: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://grebennikon.ru/>

9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методика преподавания данной дисциплины предполагает чтение лекций, проведение практических (семинарских) занятий, групповых и индивидуальных консультаций по отдельным (наиболее сложным) специфическим проблемам дисциплины. Предусмотрена самостоятельная работа студентов, а также прохождение аттестационных испытаний промежуточной аттестации.

Лекции посвящаются рассмотрению наиболее важных концептуальных вопросов: основным понятиям; управленческим технологиям, применяемым на производственных предприятиях, оценке их эффективной реализации; обсуждению вопросов, трактовка которых в литературе еще не устоялась либо является противоречивой. В ходе лекций обучающимся следует подготовить

конспекты лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины; проверять термины, понятия с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь; обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Конкретные управленческие методики, методы и технологии, применяемые на производственных предприятиях, рассматриваются преимущественно на практических занятиях.

Целью проведения практических занятий является закрепление знаний обучающихся, полученных ими в ходе изучения дисциплины на лекциях и самостоятельно. Практические занятия проводятся в форме семинаров; на них разбираются конкретные ситуации из практики зарубежного и российского управления, проводится тестирование, обсуждаются доклады, проводятся опросы. На учебных занятиях семинарского типа обучающиеся выполняют проработку рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины; конспектирование источников; работу с конспектом лекций; подготовку ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работу с текстами официальных публикаций; решение практических заданий.

При изучении дисциплины используются интерактивные методы обучения, такие как:

1. Лекция:

– проблемная лекция, предполагающая изложение материала через проблемность вопросов, задач или ситуаций. При этом процесс познания происходит в научном поиске, диалоге и сотрудничестве с преподавателем в процессе анализа и сравнения точек зрения;

– лекция-визуализация - подача материала осуществляется средствами технических средств обучения с кратким комментированием демонстрируемых визуальных материалов (презентаций).

2. Семинар:

– тематический семинар – этот вид семинара готовится и проводится с целью акцентирования внимания обучающихся на какой-либо актуальной теме или на наиболее важных и существенных ее аспектах. Перед началом семинара обучающимся дается задание – выделить существенные стороны темы, или же преподаватель может это сделать сам в том случае, когда обучающиеся затрудняются проследить их связь с практикой. Тематический семинар углубляет знания студентов, ориентирует их на активный поиск путей и способов решения затрагиваемой проблемы;

– проблемный семинар – перед изучением раздела курса преподаватель предлагает обсудить проблемы, связанные с содержанием данной темы. Накануне обучающиеся получают задание отобрать, сформулировать и объяснить проблемы. Во время семинара в условиях групповой дискуссии проводится обсуждение проблем.

3. Игровые методы обучения:

– анализ конкретных ситуаций (КС). Под конкретной ситуацией понимается проблема, с которой тот или иной обучаемый, выступая в роли руководителя или иного профессионала, может в любое время встретиться в своей деятельности, и которая требует от него анализа, принятия решений, каких-либо конкретных действий. В этом случае на учебном занятии слушателям сообщается единая для всех исходная информация, определяющая объект управления. Преподаватель ставит перед обучаемыми задачу по анализу данной обстановки, но не формулирует проблему, которая в общем виде перед этим могла быть выявлена на лекции. Обучающиеся на основе исходной информации и результатов ее анализа сами должны сформулировать проблему и найти ее решение. В ходе занятия преподаватель может вводить возмущающее воздействие, проявляющееся в резком изменении обстановки и требующее от обучаемых неординарных действий. В ответ на это слушатели должны принять решение, устраняющее последствие возмущающего воздействия или уменьшающее его отрицательное влияние.

В целом внеаудиторная **самостоятельная работа обучающихся** при изучении курса включает в себя следующие виды работ:

- проработка (изучение) материалов лекций;
- чтение и проработка рекомендованной учебно-методической литературы;
- поиск и проработка материалов из Интернет-ресурсов, периодической печати;
- выполнение домашних заданий в форме кейс-стади, тестов, творческих заданий, докладов, рефератов;
- подготовка презентаций для иллюстрации докладов и представления результатов анализа конкретных ситуаций;
- конспектирование первоисточников и учебной литературы;
- подготовка к текущему, промежуточному и итоговому контролю знаний.

Основная доля самостоятельной работы обучающихся приходится на подготовку к практическим занятиям, тематика которых полностью охватывает содержание курса. Самостоятельная работа по подготовке к практическим занятиям по дисциплине «Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства» предполагает умение работать с первичной информацией.

10 Курсовой проект (работа)

Выполнение курсового проекта (работы) не предусмотрено учебным планом.

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем

11.1 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса

- электронные образовательные ресурсы;
- использование слайд-презентаций;
- интерактивное общение с обучающимися и консультирование посредством электронной почты.

11.2 Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса

При освоении дисциплины используется лицензионное программное обеспечение:

- «Пакет Р-7 офис».

11.3 Перечень информационно-справочных систем

- справочно-правовая система Гарант <http://www.garant.ru/online>

12 Материально-техническое обеспечение дисциплины

– для проведения занятий лекционного типа, практических (семинарских) занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы учебная аудитория № 7-406 с комплектом учебной мебели на 36 посадочных мест; ноутбуком, пакетами прикладных программ (общего назначения), телевизором, подключением к локальной сети университета, подключением к сети Интернет, стендом по охране труда.

– для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены аудитория № 7-305, оборудованная 5 рабочими станциями с доступом к сети «Интернет», электронным библиотекам, электронной информационно-образовательной среде организации, комплектом учебной мебели на 29 посадочных мест.