

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ИННОВАЦИИ В
ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.03.02 «Туризм»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Технология и организация экскурсионных услуг (международный туризм)»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Предпринимательство и инновации в индустрии туризма и гостеприимства
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

к.э.н., доцент, доцент кафедры ОСТиГ А.И. Мосалёв

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 8 от 31.03.2022 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины	6
4. Образовательные технологии	13
5. Оценка планируемых результатов обучения	14
5.1 Система оценивания	14
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	14
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	15
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	18
6.1 Список источников и литературы	18
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ...	19
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	19
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	19
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	20
9. Методические материалы	21
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	21
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	23
9.3 Иные материалы	26
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	28

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний о роли предпринимательства и инноваций в рыночном поведении гостиницы, тенденциях развития инновационных процессов в индустрии гостеприимства, инновационных технологиях управления гостиничными организациями, препятствиях на пути их внедрения, актуальных направлениях совершенствования бизнес-процессов современных туристских предприятий.

Задачи дисциплины:

- дать представление о современных концепциях управления инновациями в туризме;
- познакомить с концепциями предпринимательской деятельности;
- научить проводить предпринимательский анализ проектов в туризме.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-1 - Владеет теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме	ПК-1.1 - Использует методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия	Знать: методы проектирования в туризме Уметь: проектировать экскурсии Владеть: теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме
ПК-3 - Готов к реализации проектов в туристской индустрии	ПК-3.1 - Должен уметь оказывать туристам помощь в выборе туристских направлений, туристских маршрутов, времени проведения туристской поездки	Знать: теоретические, правовые, практические основы инновационных процессов в индустрии туризма; сущность, роль и цели внедрения инноваций в сфере туризма; типологии инноваций и особенностей их применения в туризме Уметь: проводить оценку эффективности инновационных проектов в сфере туризма Владеть: навыками оценки соответствия информационных технологий требованиям, целям и задачам предприятий индустрии туризма; предлагать использование наиболее релевантных информационных технологий и Big Data при проектировании туристской деятельности
ПК-5 - Способен рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской	ПК-5.3 - Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением	Знать: взаимосвязи экскурсионной деятельности с другими видами туристской и гостиничной деятельности Уметь: использовать технологии

индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение	обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг	экскурсионной деятельности при организации туристской деятельности и оценивать релевантность и эффективность экскурсионных мероприятий Владеть: навыками проведения корректировки оценки управления и деятельности предприятия индустрии туризма для повышения уровня конкурентоспособности
--	---	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) «Предпринимательство и инновации в индустрии туризма и гостеприимства» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Управление эффективностью и конкурентоспособностью туристского продукта, Технологии индустрии NoReCa, Туристско-рекреационное проектирование.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Преддипломная практика, Подготовка к сдаче государственного экзамена, Выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
8	Лекции	18
8	Семинары	24
Всего:		42

Объем дисциплины (*модуля*) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
9	Лекции	8
9	Семинары	16
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Концепции предпринимательства, бизнес-моделей и инновационной деятельности	<p>Понятие бизнес-модели и эволюция концепции бизнес-модели. Чесборо о связи между бизнес-моделью и потребительской ценностью. Основные элементы бизнес-модели. Подходы к классификации и построению бизнес-моделей. Две группы блоков в структуре бизнес-модели. Отличие бизнес-модели компании от ее стратегии. Канва бизнес-модели А. Остервальдера.</p> <p>Совершенствование бизнес-модели. Фактор инновации бизнес-модели в деятельности ведущих компаний. Модификации блоков бизнес-модели. Субъективная природа ценности. Деньги в роли социального института. Символическая стоимость вещей (Ж. Бодрийяр): трансформация экономической меновой стоимости в различительную знаковую стоимость.</p> <p>Символический обмен. Потребление и статусная дифференциация в работе Т. Веблена «Теория праздного класса». Отличительные черты праздного класса: отказ от физического труда, наличие собственности, праздность. Стратегии демонстративной праздности. Демонстративное потребление. Эволюция праздного класса, появление подставного праздного класса.</p> <p>Моделирование вертикальной и горизонтальной дифференциации ценностного предложения с учетом статусной дифференциации потребителей.</p> <p>Проблемы качества: моральный риск и неблагоприятный отбор. Сигнализируемые качества. Условия разделяющего равновесия.</p> <p>Средний класс как основа консьюмеристского общества. Критерии отнесения к среднему классу. Инновационность среднего класса. Существует ли в России средний класс? Инновации в индустрии гостеприимства и их типология, сущность, роль, характеристика, примеры «реактивных» и «стратегических» инноваций. Примеры «радикальных», «комбинаторных», «модифицирующих», «точечных» и «системных» инноваций в индустрии гостеприимства. Инновация ценности как инструмент инновации бизнес-модели на основе дифференциации. Примеры инновации ценности в стратегиях современных корпораций.</p>
2	Исследование потребительских предпочтений и формирование ценностного предложения	<p>Факторы, влияющие на потребительские практики: мода, реклама, гендер. Потребление в информационном обществе: новые формы и</p>

		<p>практики. Базовые свойства потребления: социальное действие и процесс выбора. Экономический подход к изучению потребления. Потребитель – рациональный максимизатор полезности. Изменение представлений о природе рациональности (Г. Саймон, Х. Лейбенштейн, Д. Канеман). Психологическая теория экономического поведения Дж. Катоны. Специфика социологического подхода к изучению потребления. Общество потребления: основные социально-экономические характеристики: социальная дифференциация, отчужденный труд и потребительская свобода. Переход от жизни на сбережения к жизни в кредит. Потребление как новая форма социального контроля. Формирование ценностного предложения исходя из потребительских предпочтений. Мода: от классовой дифференциации к коллективному отбору. Дифференциация потребительских практик россиян в поле досуга. Феномен «быстрой моды». Экономические функции роскоши и социологические механизмы различения. Учет факторов потребительских практик в ценностном предложении производителя и установлении взаимосвязи с потребителем. Сообщества потребления (исторический контекст). Дауншифтинг – бегство от консьюмеристской кабалы. Этическое потребление. Уклонение от денежных форм потребления (отказ от коммерциализации, дарообменные практики). Просьюмерзм: потребитель становится производителем. Гендерная дифференциация поведения в Интернете. Макдональдизация общества. Повышение значимости и релевантности концепций экономики впечатлений (the experience economy) и поведенческой экономики с точки зрения аспектов производства и потребления современной экономики. Концепция 4E в рамках концепции экономики впечатлений. Реализация бизнес-моделей, способствующих снижению бедности местного населения и институционализации правил справедливой торговли (fair trade).</p>
3	<p>Инновации и построение бизнес-моделей в цифровой среде</p>	<p>Классификация различных стратегий обеспечения стратегической конкурентоспособности Раменского-Фризевинкеля в координатах «инновационность – адаптивность» и «массовый рынок – нишевый рынок». Определения эксплерентов, виолентов, пациентов и коммутантов. Радикальная инновация как основа стратегии эксплерентов. Определение стартапа С. Бланка. Этапы развития эксплорента и особенности их</p>

	<p> деятельности. Конкурирование «на острие». Фактор инноваций в стратегиях виолентов. Объективные предпосылки противодействия радикальным инновациям в деятельности крупных компаний. Факторы сопротивления нововведениям со стороны корпоративных структур и инструменты их преодоления. Роль фактора видения. Определение пионера в инновации. Стратегия следования за лидером в инновации. Инновации бизнес-модели в стратегиях нишевого бизнеса. Стратегия «голубого океана». Основные схемы и параметры венчурного финансирования компании или стартапа. Инновационные возможности встраивания краудсорсинга и краудфандинга в построение бизнес-моделей компаний новой экономики. Преимущества и быстрое распространение мобильного интернета и связанных с его развитием бизнес-моделей. Социальная коммерция, «Интернет вещей», облачные вычисления, электронная коммерция и работа с большими массивами данных (Big Data). Почти повсеместный высокоскоростной беспроводной доступ в развитых странах, ультра конкурентные рынки мобильных операционных систем и устройств, информационная прозрачность, изменение границ частной жизни, ставшая нормой открытость социальных связей и интересов (графов) людей, релевантный (персонализированный) структурированный референтными личностями контент для пользователей. Интеллектуальная (предвосхищающая) персонализация, шопинг в любом месте в любое время, мультисканальность, «Click-and-Collect Shopping», сила рекомендаций и пользовательских отзывов, шопинг как игра, шопинг как событие, оптимизация шопинга, мир подписок - культивируемое привыкание, диджитализация и физическая виртуальность. Поколение «миллениалов», Y, первое поколение Digital Natives, чья социализация прошла в цифровой среде и чьи потребительские практики формировались в условиях распространения интернет и мобильных коммуникаций. B2B-оплата без депозитов в режиме реального времени благодаря виртуальным платежным решениям. Платформы, включающие продукт, дистрибуцию, поставку и оплату в доли секунды. Платформенная экономика, экономикой цифровых платформ. Отличия платформ от предшествовавшего электронного бизнеса. Формирование платформ в отраслях новой экономики. Исследования состояния рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития; поведении </p>
--	---

		<p>потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке; нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем; новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернетмагазинов; развитии новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция.</p>
4	<p>Направления инновационных процессов в индустрии гостеприимства</p>	<p>Сущность и классификация инноваций. Интерпретации природы, формирования и продуктивности инноваций. Современные тренды и тенденции в инновационных процессах. Л. Килли о «генетическом коде инноваций». Впечатление как инновационный продукт сферы гостеприимства. Аспекты взаимосвязи и взаимной обусловленности инноваций и креативности. Роль креативности и инноваций с точки зрения конкурентоспособности отрасли и бизнеса. Венчурные фирмы. Инжиниринговые фирмы. Внедренческие фирмы. Характеристика этапов инновационного процесса. Понятие полного завершения инновации. Рутинизация. Структурный анализ инновации: методика и практика декомпозиции, креативные техники и атрибуты генерации инноваций. Теория диффузии инноваций и примеры диффузии инноваций в туристской и гостиничной отрасли. Консалтинг как инструмент диффузии инноваций в гостиничной отрасли. Инновационная инфраструктура индустрии туризма и гостеприимства. Технические и технологические направления инновационной деятельности в индустрии гостеприимства. Туристские информационные ресурсы инновационной проблематики в сети Интернет. Электронные каталоги. Инновационная политика государства и ее законодательные аспекты. Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности в РФ. Отраслевые примеры успешной инновационной деятельности в российской практике. Инновационные процессы развития транспортных услуг. Электронные системы онлайн-заказа туристских услуг. ГИС-технологии в туризме и гостеприимстве. Международные и отраслевые рейтинги инновационного развития. Национальные модели поддержки предпринимательства, креативности и инноваций. Зарубежная и российская практика создания инновационных кластеров, модели инновационных кластеров. Релевантность инновационных кластеров индустрии туризма и гостеприимства. Важность маршрутного и тематического взаимодействия во внутреннем туризме на уровнях: муниципальном,</p>

		региональном, межрегиональном и трансграничном. Место, функции и задачи DMOs (destination management/marketing organization) и туристско-информационных центров (офисов) в туристских кластерах. Зарубежный и отечественный опыт.
5	Особенности инновационных проектов в индустрии гостеприимства	<p>Организационно–управленческие и маркетинговые инновации в индустрии гостеприимства. Этапы разработки инновационных проектов. Основные критерии оценки инновационных проектов. Эффективные инвестиционные решения в инновациях на локальном и международном рынках туристских услуг. Выбор эффективной стратегии и привлечение источников финансирования инвестиционного проекта. Методика декомпозиции инновации туристского и гостиничного проекта. Особенность положения предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в качестве субъекта генерации и имплементации инноваций. Лучшие российские и зарубежные проекты реализации инноваций в индустрии туризма и гостеприимства. Инновационные проекты как форма реализации инновационной деятельности. Практики корпоративных инновационных проектов ведущих мировых туристских компаний. Подходы к стимулированию инноваций и креативности сотрудников в организационной культуре. Методы техникоэкономического обоснования инвестиционных проектов. Оценка экономической эффективности инновационного проекта и организация его финансирования. Особенности проведения маркетинговых исследований. Эволюция подходов проектного финансирования для индустрии гостеприимства, последние тренды и тенденции в организации проектного финансирования для гостиниц в России и за рубежом. Особенности бизнес-модели социального предпринимательства. Типовые бизнес-модели так называемого «третьего сектора». Институционализация социального предпринимательства в Российской Федерации. Европейские модели развития и поддержки социального предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства.</p>
6	Инновационный менеджмент в индустрии туризма	<p>Инновационный маркетинг в индустрии гостеприимства. Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства. Тактические и стратегические подходы к стимулированию инноваций и креативности сотрудников в организационной культуре. Вертикальные и горизонтальные подходы к планированию и внедрению инноваций. Основные проблемные</p>

		<p>аспекты и риски инновационных проектов и инновационной деятельности в индустрии туризма и гостеприимства. Управление рисками инновационного проекта. Формирование плана действий для минимизации влияния рисков инновационной деятельности туристского предприятия. Достижения и проблемы инвестиционных проектов в гостеприимстве в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Создание международных туристских конгломератов. Развитие франчайзинга. Опыт становления франчайзинговых отношений среди туристских управленцев. Влияние франчайзинга на развитие международных туристских корпораций. Процессы поглощения и слияния в индустрии гостеприимства, их влияние на инновационную деятельность сетей. Специфика взаимоотношений туристского, авиационного, ресторанного и гостиничного бизнеса с потребителями во внутреннем туризме в России в ситуациях преднамеренного и непреднамеренного овербукинга. Проектное финансирование как фасилитатор развития бизнеса в современных контекстах ускоренных трансформаций отраслей и большей вариативности бизнес-моделей. Источники и факторы локальных конкурентных преимуществ малых городов, туристских и гостиничных продуктов в малых городах с точки зрения фактора аутентичности</p>
7	Новые подходы и технологии в туристском бизнесе	<p>Жизненный цикл инноваций на примере туристского продукта. Инновации в технологиях работы с отдельными категориями туристов. Новые формы и виды сервиса в туристской сфере. «Зеленые» технологии в туристском бизнесе. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. Понятие «экологичность туристских услуг». Велнес-технологии (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового продуктового предложения. Технологии экскурсионного сервиса как дополнительные услуги. Неординарные отели как формат, соответствующий трендам на удивление, познавательный интерес и геймификацию: отели-тюрьмы, отелимонастыри, отели для дайверов, отели-иглу, отели на деревьях в национальных парках. Новые технологии уборки номерного фонда. Современные технологии сбережения в гостинице. Непрерывное водоснабжение. Вентиляция в гостинице. Зонированная освещённость. Свет в отеле, в номерном фонде и</p>

		<p>его роль. Энергосбережение. Система «Умный дом» для гостиницы. Строительство энергосберегающих зданий (green buildings) в индустрии гостеприимства. Международный опыт (скандинавский, североамериканский, японский) в развитии кемпингов, автодомов, жилых прицепов. Специфика внедрения национально- и культурноориентированных программ гостеприимства: Чайна-френдли, Халяль-френдли, других. Инновационная сущность редевелопмента городских промышленных территорий и создания креативных кластеров, перспективы для индустрии гостеприимства. Потенциал использования усадеб Подмосковья как инновационного формата размещения в рамках развития делового, культурного экологического и сельского туризма. Музей как форма сохранения историко-культурного наследия. Классификация музеев по типам и профилям. Проблемы и перспективы развития музейного туризма в мире и России. Особенности ценностного предложения и построения бизнес-модели коворкинг-пространств и гибких офисов</p>
8	<p>Совершенствование бизнес-процессов в гостеприимстве на основе информационных технологий</p>	<p>Эффекты «смартфонизации» и «диджитализации» в сфере туристских услуг. Клиентоориентированный сайт отеля. Виртуальный туризм как новый вид туризма. Бизнес-модели дезинтермедиации (минимизации или устранения традиционных посредников) в индустрии гостеприимства. Бизнес-модели Airbnb.com и Booking.com. Использование информационных систем и систем автоматизации для отдельных служб гостиниц. Инновационные подходы в идентификации в обслуживании. Радиочастотная идентификация (Radio-frequency identification - RFID). Внедрение новых дополнительных услуг в гостинице. Инновационный сегмент рынка бутик-отелей. Зоны коворкинга в гостинице. Вендинг в туристском бизнесе. Инновационные подходы в коллективных средствах размещения к социальному туризму. Новые формы и форматы организации питания в гостинице. Электронные системы управления, интерактивное меню, конвейерные системы, роботизация, облачные системы, использование QR, подсчет калорийности, использование звуковых и световых решений, алгоритмы сокращения времени обслуживания, цифровизация листов ожидания, платформы обратной связи и кастомизации. Использование Big Data при проектировании расположения заведения общественного питания по количеству постоянных клиентов, месту жительства перспективных</p>

		<p>клиентов, частоте посещения заведений и наиболее часто заказываемым блюдам. Использование оптимального количества электронных каналов продаж туристских предприятий, при этом сохраняя паритет цен. Тенденции развития международных систем бронирования: Galileo, Sabre, Amadeus, Worldspan, Steingenberger Reservation Service, Trust. Основные характеристики динамических пакетов: расширение ассортимента, большая уникальность, прямое обращение к инвентору поставщиков, использование свободных ресурсов поставщиков (авиакомпаний, отелей, ресторанов), экономичное ценообразование, увеличение процента загрузки.</p>
--	--	--

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	Концепции предпринимательства, бизнес-моделей и инновационной деятельности	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2	Исследование потребительских предпочтений и формирование ценностного предложения	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3	Инновации и построение бизнес-моделей в цифровой среде	Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
4	Направления инновационных процессов в индустрии гостеприимства	Лекция 4. Семинар 4. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5	Особенности инновационных проектов в индустрии гостеприимства	Лекция 5 Семинар 5. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
6	Инновационный менеджмент в индустрии туризма	Лекция 6 Семинар 6 Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
7	Новые подходы и технологии в туристском бизнесе	Лекция 7 Семинар 7 Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

			заданий посредством электронной почты
8	Совершенствование бизнес-процессов в гостеприимстве на основе информационных технологий	Лекция 8 Семинар 8 Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-4)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-8)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/	отлично/	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
А,В	зачтено	<p>промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Вопросы для проведения экзамена

1. Совершенствование бизнес-модели. Фактор инновации бизнес-модели в деятельности ведущих компаний. Модификации блоков бизнес-модели.

2. В чем состоит сущность впечатления как инновационного продукта сферы гостеприимства?

3. Инновации в индустрии гостеприимства и их типология, сущность, роль, характеристика, примеры «реактивных» и «стратегических» инноваций. Примеры «радикальных», «комбинаторных», «модифицирующих», «точечных» и «системных» инноваций в индустрии гостеприимства.

4. Повышение значимости и релевантности концепций экономики впечатлений (the experience economy) и поведенческой экономики с точки зрения аспектов производства и потребления современной экономики. Концепция 4E в рамках концепции экономики впечатлений.

5. Поясните взаимосвязь и взаимную обусловленность инноваций и креативности.

6. Охарактеризуйте основные этапы инновационного процесса.

7. Теория диффузии инноваций и примеры диффузии инноваций в туристской и гостиничной индустрии.

8. Объективные предпосылки противодействия радикальным инновациям в деятельности крупных компаний. Факторы сопротивления нововведениям со стороны корпоративных структур и инструменты их преодоления.

9. Охарактеризуйте основные направления консалтинговой деятельности в индустрии гостеприимства.

10. Охарактеризуйте основные проблемы и перспективы инновационной деятельности в Российской Федерации. Приведите примеры успешной инновационной деятельности в российской практике.

11. Зарубежная и российская практика создания инновационных кластеров, модели инновационных кластеров.

12. Платформенная экономика, экономикой цифровых платформ. Отличия платформ от предшествовавшего электронного бизнеса. Формирование платформ в отраслях новой экономики.

13. Инновационные проекты как форма реализации инновационной деятельности. Приведите примеры корпоративных инновационных проектов ведущих мировых туристских компаний.

14. Методы технико-экономического обоснования инвестиционных проектов. Оценка экономической эффективности инновационного проекта и организация его финансирования

15. Эволюция подходов проектного финансирования для индустрии гостеприимства, последние тренды и тенденции в организации проектного финансирования для гостиниц в России и за рубежом.

16. Подходы к стимулированию инноваций и креативности сотрудников в организационной культуре.

17. Корпоративная социальная и экологическая ответственность туристского и гостиничного бизнеса, какие аспекты она может включать?

18. Основные проблемные аспекты и риски инновационных проектов и инновационной деятельности в индустрии туризма и гостеприимства. Управление рисками инновационного проекта.

19. Формирование плана действий для минимизации влияния рисков инновационной деятельности гостиничного предприятия.

20. Влияние франчайзинга на развитие международных гостиничных корпораций. Процессы поглощения и слияния в индустрии гостеприимства, их влияние на инновационную деятельность сетей.

21. Веллнес-технологии (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового продуктового предложения.

22. Реализация бизнес-моделей, способствующих снижению бедности местного населения и институционализации правил справедливой торговли (fair trade).

23. Европейские модели развития и поддержки социального предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства.

24. Экологическая сертификация коллективных средств размещения: зарубежный и российский опыт. Экологическая маркировка.

25. Каковы перспективы внедрения ресурсосберегающих технологий, экологизация хозяйственной деятельности в различных подотраслях туристической индустрии?

26.Современные технологии сбережения в гостинице. Непрерывное водоснабжение. Вентиляция в гостинице. Зонированная освещённость. Свет в отеле, в номерном фонде и его роль. Энергосбережение. Система «Умный дом» для гостиницы. Строительство энергосберегающих зданий (green buildings) в индустрии гостеприимства.

27.Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. Понятие «экологичность гостиничных услуг».

28.Приведите примеры бизнес-моделей в индустрии туризма и гостеприимства, способствующих снижению сезонности и территориальной неравномерности развития туризма.

29.В чем состоят ключевые аспекты построения бизнес-моделей дезинтермедиации (минимизации или устранения традиционных посредников) в индустрии гостеприимства?

30.Каковы перспективы использования краудфандинга в качестве источника финансирования в отдельных отраслях индустрии туризма и гостеприимства?

31.Приведите примеры инновационных процессов в авиационных перевозках и железнодорожном транспорте.

32.Использование информационных систем и систем автоматизации для отдельных служб гостиниц.

33.Каковы основные направления инноваций в формах и форматах организации питания в гостинице?

34.Каковы основные инновационные подходы в программах лояльности гостиниц?

35.Бизнес-модели дезинтермедиации (минимизации или устранения традиционных посредников) в индустрии гостеприимства. Бизнес-модели Airbnb.com и Booking.com.

36.Каковы перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской индустрии?

37.Обобщите основные тенденции развития новых кулинарных подходов: технология термической обработки блюд sous-vide (су-вид, «в вакууме»), фьюжн, фудпейринг, арт-визаж/кулинарный визаж, другие направления карвинга.

38.Каковы возможности использования Big Data при проектировании расположения заведения общественного питания?

39.Обобщите международный опыт (скандинавский, североамериканский, японский) в развитии кемпингов, автодомов, жилых прицепов. Какие аспекты международного опыта в развитии автотуризма целесообразны для внедрения в России?

40.Приведите примеры эффектов «смартфонизации» и «диджитализации» в сфере гостиничных услуг.

41.Инновационная сущность редевелопмента городских промышленных территорий и создания креативных кластеров, перспективы для индустрии гостеприимства.

42. В чем состоят принципы и основные подходы проектирования, организации и реализация стратегий и программ для экологических типов туристских продуктов?

43.В чем состоит феномен культурной экспроприации? В каких рамках она допустима для целей туристского развития? Приведите примеры противоречий между целями сохранения культурной аутентичности и задачами обслуживания туристских потоков.

44.В чем состоит специфика и основные аспекты внедрения национальной культурноориентированных программ гостеприимства: Чайнафрендли, Халяль-френдли, других.

45.Веллнес-технологии (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового продуктового предложения.

46.Специфика взаимоотношений туристского, авиационного, ресторанного и гостиничного бизнеса с потребителями во внутреннем туризме в России в ситуациях преднамеренного и непреднамеренного овербукинга.

47.Насколько значителен потенциал использования усадеб Подмоскovie как инновационного формата размещения в рамках развития делового, культурного экологического и сельского туризма?

48. Какие смежные с туризмом и гостеприимством отрасли способствуют активизации спроса потребителей и снижению издержек на туристские продукты?

49. Приведите примеры того, как инвестиционные проекты в гостиничной отрасли позволили оживить региональную экономику. Какие инвестиционные проекты в туризме и гостеприимстве наиболее востребованы в настоящее время?

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

Управление персоналом : учебное пособие / Г.И. Михайлина, Л.В. Матраева, Д.Л. Михайлин, А.В. Беляк. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 280 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394- 01749-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&i d=453363>

Колесников, А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. В. Колесников. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 167 с. — (Серия : Бакалавр Академический курс). <https://www.biblioonline.ru/book/BDFF2BE7-104B-44E1- 95B8-443B2AC121E7>

Профессиональный стандарт «Экскурсовод (гид)»
<https://mintrud.gov.ru/docs/mintrud/orders/2024>

Дополнительные

Управление персоналом : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. А. Литвинюк [и др.] ; под редакцией А. А. Литвинюка. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 498 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-5550-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/431932>

Сазонов, И.Л. Внешняя среда и корпоративная культура / И.Л. Сазонов. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 114 с. - ISBN 978-5-504-00440-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&i d=139658>

Литература

Основная

1. Скобкин С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 373 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс). – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/ekonomika-predpriyatiya-v-industrii-gostepriimstva-i-turizma-438656> (дата обращения: 19.09.2019). - Текст: электронный.

2. Морозов М. А. Экономика организации туризма: учебник для академического бакалавриата / М.А. Морозов, Н.С. Морозова - Москва: Юрайт, 2018 - 300 с. - То же [Электронный ресурс]. - 2019. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/ekonomika-organizacii-turizma441186> (Дата обращения: 19.09.2019). - Текст: электронный.

3. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Азарова [и др.]; Финуниверситет ; под ред. С.В. Карповой. - Москва: Юрайт, 2016. - 458 с. - То же [Электронный ресурс]. - 2018. - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50- 0CDE3679FB4B/innovacionnyu-marketing>

Дополнительная

4. Донцова О.И. Инновационная экономика. Стратегия и инструменты формирования: учебное пособие для студ. вузов, обуч. по напр. 080100.68 73 "Экономика" (квалиф. "магистр") / О.И. Донцова, С.А. Логвинов; Финуниверситет. - Москва: Альфа-М, 2015. - 208 с. - То же [Электронный ресурс]. - 2018. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/944393>

5. Сухов, Р.И. Организация туристской деятельности: учебник / Р.И. Сухов. - Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. - 267 с. : схем., табл., ил. -

Библиогр.: с. 228-230 - ISBN 978-5-9275-2003-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462032>

6. Баранов А.С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма: учебник / А.С. Баранов, И.А. Бисько; под ред. Е.И. Богданова. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 383 с. – ISBN 978-5-16-103498-9. - ЭБС Znanium.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/519575>. - Текст: электронный.

7. Чудновский, А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. : учебник / Чудновский А.Д. — Москва : КноРус, 2020. — 319 с. — (Бакалавриат). — ISBN 978-5-406-07359-9. — URL: <https://book.ru/book/932088> (дата обращения: 10.09.2019). — Текст : электронный.

8. Колодий Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте [Электронный ресурс]: учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 326 с. — (Университеты России). - Режим доступа: <https://www.biblioonline.ru/book/ekonomika-oschuscheniy-i-vpechatleniy-v-turizme-imenedzhmente-433839>.

9. Косолапов, А.Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учебное пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. — Москва : КноРус, 2019. — 198 с. — ISBN 978-5-406-06922-6. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/931225> (дата обращения: 28.09.2019). — Текст : электронный.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

www.marketologi.ru – Гильдия маркетологов России

www.moscomtour.mos.ru – Сайт Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы

www.russiatourism.ru – Сайт Федерального агентства по туризму РФ www.unwto.org – Сайт Всемирной туристской организации

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс

2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows

2. Microsoft Office

3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Семинар 1 Концепции предпринимательства, бизнес-моделей и инновационной деятельности

1. Понятие бизнес-модели и эволюция концепции бизнес - модели. Чесборо о связи между бизнес-моделью и потребительской ценностью. Основные элементы бизнес-модели. Подходы к классификации и построению бизнес моделей.

2. Две группы блоков в структуре бизнес-модели. Отличие бизнес-модели компании от ее стратегии. Канва бизнес-модели А. Остервальдера.

3. Совершенствование бизнес-модели. Фактор инновации бизнес-модели в деятельности ведущих компаний. Модификации блоков бизнес-модели.

4. Субъективная природа ценности. Деньги в роли социального института. Символическая стоимость вещей (Ж. Бодрийяр): трансформация экономической меновой стоимости в различительную знаковую стоимость. Символический обмен.

5. Потребление и статусная дифференциация в работе Т. Веблена «Теория праздного класса». Отличительные черты праздного класса: отказ от физического труда, наличие собственности, праздность. Стратегии демонстративной праздности. Демонстративное потребление. Эволюция праздного класса, появление подставного праздного класса

Семинар 2 Исследование потребительских предпочтений и формирование ценностного предложения

1. Факторы, влияющие на потребительские практики: мода, реклама, гендер.

2. Потребление в информационном обществе: новые формы и практики.

3. Базовые свойства потребления: социальное действие и процесс выбора. Экономический подход к изучению потребления. Потребитель – рациональный максимизатор полезности. Изменение представлений о природе рациональности (Г. Саймон, Х. Лейбенстайн, Д. Канеман). Психологическая теория экономического поведения Дж. Катоны.

4. Специфика социологического подхода к изучению потребления. Общество потребления: основные социально-экономические характеристики: социальная дифференциация, отчужденный труд и потребительская свобода. Переход от жизни на сбережения к жизни в кредит. Потребление как новая форма социального контроля. Формирование ценностного предложения исходя из потребительских предпочтений.

5. Мода: от классовой дифференциации к коллективному отбору. Дифференциация потребительских практик россиян в поле досуга. Феномен «быстрой моды».

6. Экономические функции роскоши и социологические механизмы различения. Учет факторов потребительских практик в ценностном предложении производителя и установлении взаимосвязи с потребителем.

Семинар 3 Инновации и построение бизнес-моделей в цифровой среде

1. Классификация различных стратегий обеспечения стратегической конкурентоспособности Раменского-Фризевинкеля в координатах «инновационность – адаптивность» и «массовый рынок – нишевый рынок».

2. Определения эксплерентов, виолентов, пациентов и коммутантов. Радикальная инновация как основа стратегии эксплерентов. Определение стартапа С. Бланка. Этапы развития эксплерента и особенности их деятельности. Конкурирование «на острие». Фактор инноваций в стратегиях виолентов.

3. Объективные предпосылки противодействия радикальным инновациям в деятельности крупных компаний. Факторы сопротивления нововведениям со стороны корпоративных структур и инструменты их преодоления. Роль фактора видения.

4. Определение пионера в инновации. Стратегия следования за лидером в инновации. Инновации бизнес-модели в стратегиях нишевого бизнеса. Стратегия «голубого океана».

5. Основные схемы и параметры венчурного финансирования компании или стартапа.

6. Инновационные возможности встраивания краудсорсинга и краудфандинга в построение бизнес-моделей компаний новой экономики.

7. Преимущества и быстрое распространение мобильного интернета и связанных с его развитием бизнес-моделей. Социальная коммерция, «Интернет вещей», облачные вычисления, электронная коммерция и работа с большими массивами данных (Big Data).

8. Почти повсеместный высокоскоростной беспроводной доступ в развитых странах, ультра-конкурентные рынки мобильных операционных систем и устройств, информационная прозрачность, изменение границ частной жизни, ставшая нормой открытость социальных связей и интересов (графов) людей, релевантный (персонализированный) структурированный референтными личностями контент для пользователей.

Семинар 4 Направления инновационных процессов в индустрии туризма и гостеприимства

1. Сущность и классификация инноваций. Интерпретации природы, формирования и продуктивности инноваций. Современные тренды и тенденции в инновационных процессах.

2. Л. Килли о «генетическом коде инноваций».

3. Впечатление как инновационный продукт сферы гостеприимства.

4. Аспекты взаимосвязи и взаимной обусловленности инноваций и креативности. Роль креативности и инноваций с точки зрения конкурентоспособности отрасли и бизнеса.

5. Венчурные фирмы. Инжиниринговые фирмы. Внедренческие фирмы.

6. Характеристика этапов инновационного процесса. Понятие полного завершения инновации. Рутинизация.

7. Структурный анализ инновации: методика и практика декомпозиции, креативные техники и атрибуты генерации инноваций.

8. Теория диффузии инноваций и примеры диффузии инноваций в туристской и гостиничной отрасли. Консалтинг как инструмент диффузии инноваций в гостиничной туристской отрасли

Семинар 5 Особенности инновационных проектов в индустрии гостеприимства

1. Организационно–управленческие и маркетинговые инновации в индустрии гостеприимства.

2. Этапы разработки инновационных проектов. Основные критерии оценки инновационных проектов. Эффективные инвестиционные решения в инновациях на локальном и международном рынках гостиничных услуг. Выбор эффективной стратегии и привлечение источников финансирования инвестиционного проекта.

3. Методика декомпозиции инновации туристского и гостиничного проекта.

4. Особенность положения предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в качестве субъекта генерации и имплементации инноваций.

5. Лучшие российские и зарубежные проекты реализации инноваций в индустрии туризма и гостеприимства

Семинар 6 Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства

1. Инновационный маркетинг в индустрии гостеприимства. Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства. Тактические и стратегические подходы к стимулированию инноваций и креативности сотрудников в организационной культуре.

2. Вертикальные и горизонтальные подходы к планированию и внедрению инноваций.

3. Основные проблемные аспекты и риски инновационных проектов и инновационной деятельности в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Управление рисками инновационного проекта. Формирование плана действий для минимизации влияния рисков инновационной деятельности гостиничного предприятия.

5. Создание международных гостиничных конгломератов. Развитие франчайзинга. Опыт становления франчайзинговых отношений среди гостиничных управленцев.

Семинар 7 Новые подходы и технологии в туристском и гостиничном бизнесе

1. Жизненный цикл инноваций на примере гостиничного продукта. Инновации в технологиях работы с отдельными категориями туристов. Новые формы и виды сервиса в туристской сфере.

2. «Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. Понятие «экологичность гостиничных услуг».

3. Веллнес-технологии (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового продуктового предложения.

4. Технологии экскурсионного сервиса как дополнительные услуги.

5. Неординарные отели как формат, соответствующий трендам на удивление, познавательный интерес и геймификацию: отели-тюрьмы, отели-монастыри, отели для дайверов, отели-иглу, отели на деревьях в национальных парках.

Семинар 8 Совершенствование бизнес-процессов в туризме и гостеприимстве на основе информационных технологий

1. Эффекты «смартфонизации» и «диджитализации» в сфере гостиничных услуг.

2. Клиентоориентированный сайт отеля.

3. Виртуальный туризм как новый вид туризма.

4. Бизнес-модели дезинтермедиации (минимизации или устранения традиционных посредников) в индустрии гостеприимства. Бизнес-модели Airbnb.com и Booking.com.

5. Использование информационных систем и систем автоматизации для отдельных служб гостиниц.

6. Инновационные подходы в идентификации в обслуживании. Радио-частотная идентификация (Radio-frequency identification - RFID).

7. Внедрение новых дополнительных услуг в гостинице. Инновационный сегмент рынка бутик-отелей. Зоны коворкинга в гостинице. Вендинг в гостиничном сервисе. Инновационные подходы в коллективных средствах размещения к социальному туризму.

Материально-техническое обеспечение занятия:

Компьютер с выходом в интернет.

Устройство вывода изображения.

Звуковые колонки.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к выполнению письменных работ: введение, основная часть, список литературы. Работа оформляется в соответствии с общими требованиями к оформлению письменных работ в РГГУ: <http://liber.rsuh.ru/?q=node/1648>.

Распределение тем презентации между студентами и консультирование обучаемых по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату.

Приступая к подготовке работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучаемые представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу. В данной учебной

дисциплине в презентации важно показать основные ресурсы для развития туризма, а также созданные на этих ресурсах туристские центры, курорты и крупные туристские маршруты.

По согласованию с преподавателем, материалы письменной работы и презентации студент может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов - это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами - не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

- размер шрифта должен быть: 24-54 пункта (заголовки), 18-36 пунктов (обычный текст);

• текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;
- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись. Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

• списки на слайдах не должны включать более 5-7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов - в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д. При оценке контрольной преподаватель руководствуются следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, которая необходима для осмысления темы контрольной;
- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся анализирует материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа соответствует всем требованиям по оформлению;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

При выявлении заданий, выполненных самостоятельно, преподаватель вправе провести защиту студентами своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение студентом материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.

Задания к контрольным работам:

Зарождение кластеров делового туризма в России: примеры формирующихся кластеров помимо Москвы и Санкт-Петербурга, например, Екатеринбург, Владивосток, Ярославль. В чем перспективы и проблемы? Как можно способствовать развитию делового туризма в новых кластерах за пределами двух главных агломераций России?

Концепция макдональдизации. В чем преимущества и недостатки макдональдизации? Приведите примеры макдональдизированных и немакдональдизированных предприятий. Как Вы считаете, чем объясняется популярность Макдональдса и других подобных предприятий в России?

Почему в постиндустриальную эпоху товары, произведенные кустарным способом (craft и hand made), имеют более высокую стоимость на рынке, чем товары массового производства? Приведите примеры туристского крафта в России и за рубежом. Насколько успешны данные проекты? Какие иные направления туристского крафта могут быть перспективны для регионов России? Каковы актуальные и потенциальные взаимосвязи между туристским крафтом и маркетингом территорий.

Проанализируйте на основе Big Data и ГИС-технологий туристские потоки любой российской дестинации туризма. По Вашему предположению из имеющейся информации, какие из гостиничных продуктов могут быть недопредставленными на рынке дестинации.

В начале XXI века в исследованиях потребительского поведения появился новый термин – «моральная экономика». В чем смысл введения такого определения? Какие факторы не экономического порядка определяют поведение потребителей в рамках «моральной экономики»? Приведите примеры этического потребительского поведения

На примере любого российского экскурсионного бюро проанализируйте технологические процессы; организацию функциональных процессов; применение современных технологий обслуживания; процессы автоматизации и цифровизации

В рамках концепции ресурсного подхода к стратегическому менеджменту объясните, как между собой соотносятся такие понятия как «компетенции», «способности», «ресурсы» компании? Каким образом ресурсный подход к стратегическому менеджменту можно продуктивно стыковать со структурированием (блоками) бизнес-модели? Поясните, почему ресурсный подход к стратегическому менеджменту важен для понимания устойчивых конкурентных преимуществ бизнеса

Насколько значителен потенциал использования усадеб Подмосковья как инновационного формата размещения в рамках развития делового, культурного, экологического и сельского туризма?

В чем состоит феномен культурной экспроприации? В каких рамках она допустима для целей развития внутреннего туризма? Приведите примеры противоречий между целями сохранения культурной аутентичности и задачами обслуживания туристских потоков.

Какие инструменты финансирования или рефинансирования позволили бы сгладить остроту проблем с реализацией и окупаемостью амбициозных гостиничных проектов в текущих условиях угнетенной общеэкономической конъюнктуры?

Что понимается под четвертой промышленной революцией? Какие перспективы благодаря ей намечаются с точки зрения трансформации отраслей? Имеются ли критические

замечания со стороны академического сообщества и аналитиков относительно действительных темпов разворачивания четвертой промышленной революции? Приведите примеры (пять примеров) бизнес-моделей, на которые четвертая промышленная революция может повлиять или уже повлияла к настоящему времени больше всего (с точки зрения так называемых подрывных, disruptive инноваций).

Приведите примеры того, как инвестиционные проекты в гостиничной отрасли позволили оживить региональную экономику. Какие инвестиционные проекты в туризме и гостеприимстве наиболее востребованы в настоящее время?

Каковы перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской индустрии?

Основные проблемные аспекты и риски инновационных проектов и инновационной деятельности в индустрии туризма и гостеприимства. Управление рисками инновационного проекта.

Каковы перспективы использования краудфандинга в качестве источника финансирования в отдельных отраслях индустрии туризма и гостеприимства?

Поясните влияние франчайзинга на развитие международных гостиничных корпораций. Процессы поглощения и слияния в индустрии гостеприимства, их влияние на инновационную деятельность сетей.

Объясните, почему в контексте инновационного развития экономики особое значение имеет проектное финансирование? По каким особенностям и параметрам оно лучше подходит современным контекстам ускоренных трансформаций отраслей и большей вариативности бизнес-моделей? Какие условия и механизмы нужно предусмотреть, чтобы проектное финансирование было более эффективным, и чтобы допускалось меньше ошибок в отборе проектов?

Развитие сегмента бюджетных перевозок (low cost) в России. Деятельность авиакомпании «Победа»: география направлений, статистика, успехи, стратегия, перспективы, а также факторы, неблагоприятно влияющие на возможности быстрого роста объемов деятельности компании.

9.3 Иные материалы

Вопросы для самостоятельного изучения:

Моделирование вертикальной и горизонтальной дифференциации ценностного предложения с учетом статусной дифференциации потребителей.

Проблемы качества: моральный риск и неблагоприятный отбор. Сигнализируемые качества. Условия разделяющего равновесия.

Средний класс как основа консьюмеристского общества. Критерии отнесения к среднему классу. Инновационность среднего класса. Существует ли в России средний класс?

Инновации в индустрии гостеприимства и их типология, сущность, роль, характеристика, примеры «реактивных» и «стратегических» инноваций.

Примеры «радикальных», «комбинаторных», «модифицирующих», «точечных» и «системных» инноваций в индустрии гостеприимства.

Инновация ценности как инструмент инновации бизнес-модели на основе дифференциации. Примеры инновации ценности в стратегиях современных корпораций.

Сообщества потребления (исторический контекст). Дауншифтинг – бегство от консьюмеристской кабалы. Этическое потребление. Уклонение от денежных форм потребления (отказ от коммерциализации, дарообменные практики)

Просьюмеризм: потребитель становится производителем.

Гендерная дифференциация поведения в Интернете.

Макдональдизация общества.

Повышение значимости и релевантности концепций экономики впечатлений (the experience economy) и поведенческой экономики с точки зрения аспектов производства и

потребления современной экономики. Концепция 4Е в рамках концепции экономики впечатлений.

Реализация бизнес-моделей, способствующих снижению бедности местного населения и институционализации правил справедливой торговли (fair trade).

Интеллектуальная (предвосхищающая) персонализация, шопинг в любом месте в любое время, мультиканальность, «Clickand-Collect Shopping», сила рекомендаций и пользовательских отзывов, шопинг как игра, шопинг как событие, оптимизация шопинга, мир подписок - культивируемое привыкание, диджитализация и физическая виртуальность.

Поколение «миллениалов», Y, первое поколение Digital Natives, чья социализация прошла в цифровой среде и чьи потребительские практики формировались в условиях распространения интернет и мобильных коммуникаций.

B2B-оплата без депозитов в режиме реального времени благодаря виртуальным платежным решениям. Платформы, включающие продукт, дистрибуцию, поставку и оплату в доли секунды.

Платформенная экономика, экономикой цифровых платформ. Отличия платформ от предшествовавшего электронного бизнеса. Формирование платформ в отраслях новой экономики.

Исследования состояния рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития; поведении потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке; нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем; новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернет-магазинов; развитии новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция.

Инновационная инфраструктура индустрии туризма и гостеприимства

Туристские информационные ресурсы инновационной проблематики в сети Интернет. Электронные каталоги.

Инновационная политика государства и ее законодательные аспекты. Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности в РФ. Отраслевые примеры успешной инновационной деятельности в российской практике.

Инновационные процессы развития транспортных услуг.

Электронные системы онлайнзаказа туристских услуг.

ГИС-технологии в туризме и гостеприимстве.

Международные и отраслевые рейтинги инновационного развития.

Национальные модели поддержки предпринимательства, креативности и инноваций.

Зарубежная и российская практика создания инновационных кластеров, модели инновационных кластеров. Релевантность инновационных кластеров индустрии туризма и гостеприимства.

Важность маршрутного и тематического взаимодействия во внутреннем туризме на уровнях: муниципальном, региональном, межрегиональном и трансграничном. Место, функции и задачи DMOs (destination management/marketing organization) и туристскоинформационных центров (офисов) в туристских кластерах. Зарубежный и отечественный опыт.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний о роли предпринимательства и инноваций в рыночном поведении гостиницы, тенденциях развития инновационных процессов в индустрии гостеприимства, инновационных технологиях управления гостиничными организациями, препятствиях на пути их внедрения, актуальных направлениях совершенствования бизнес-процессов современных туристских предприятий.

Задачи дисциплины:

- дать представление о современных концепциях управления инновациями в туризме;
- познакомить с концепциями предпринимательской деятельности;
- научить проводить предпринимательский анализ проектов в туризме.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-1.1 - Использует методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия

ПК-3.1 - Должен уметь оказывать туристам помощь в выборе туристских направлений, туристских маршрутов, времени проведения туристской поездки

ПК-5.3 - Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: теоретические, правовые, практические основы инновационных процессов в индустрии туризма; сущность, роль и цели внедрения инноваций в сфере туризма; типологии инноваций и особенностей их применения в туризме

Уметь: проводить оценку эффективности инновационных проектов в сфере туризма

Владеть: навыками оценки соответствия информационных технологий требованиям, целям и задачам предприятий индустрии туризма; предлагать использование наиболее релевантных информационных технологий и Big Data при проектировании туристской деятельности

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.