

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*

«Комплексное развитие внутреннего и въездного туризма»

---

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2023

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

№ 7 от 27.02.2023 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка .....	4
<b>1.1. Цель и задачи дисциплины</b> .....	4
<b>1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</b> .....	4
<b>1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы</b> .....	5
2. Структура дисциплины .....	5
3. Содержание дисциплины .....	6
4. Образовательные технологии .....	13
5. Оценка планируемых результатов обучения .....	13
<b>5.1 Система оценивания</b> .....	13
<b>5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине</b> .....	13
<b>5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине</b> .....	14
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	18
<b>6.1 Список источников и литературы</b> .....	18
<b>6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</b> .....	19
<b>6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы</b> .....	20
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	20
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	20
9. Методические материалы .....	21
<b>9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий</b> .....	21
<b>9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ</b> .....	24
<b>9.3 Иные материалы</b> .....	26
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины .....	29

## 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-1.2. Оценивает эффективность планирования по различным направлениям проекта	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 HoReCa, 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
8	Экзамен	18
Всего:		60

Объем дисциплины (*модуля*) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 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
9		18

Всего:	42
--------	----

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 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	Факторы, влияющие на потребительские практики:

	<p>предпочтений и формирование ценностного предложения</p>	<p>мода, реклама, гендер. Потребление в информационном обществе: новые формы и 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</p>

	<p>эксплерентов. Определение стартапа С. Бланка. Этапы развития эксплорента и особенности их 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, мультиканальность, «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</p>
--	---



		<p>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 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</p>

		маршрутного и тематического взаимодействия во внутреннем туризме на уровнях: муниципальном, 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.</p> <p>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.</p> <p>Особенность положения предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в качестве субъекта генерации и имплементации инноваций.</p> <p>Лучшие российские и зарубежные проекты реализации инноваций в индустрии туризма и гостеприимства. Инновационные проекты как форма реализации инновационной деятельности.</p> <p>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.</p> <p>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».</p> <p>Институционализация социального предпринимательства в Российской Федерации.</p> <p>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</p>

		<p>горизонтальные подходы к планированию и внедрению инноваций. Основные проблемные 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.</p>

		<p>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. 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 реновации 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 коворкинговых 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</p>

	общественного питания по количеству постоянных клиентов, месту жительства перспективных 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.
--	---

#### 4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

#### 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
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>

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

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе 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 внедрение ресурсосберегающих технологий, экологизация хозяйственной деятельности в различных подотраслях туриндустрии?

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 реализации 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 Подмосковья 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?

#### **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.

## 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/BDF2BE7-104B-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-vindustrii-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](http://www.marketologi.ru) – Гильдия маркетологов России
- [www.moscomtour.mos.ru](http://www.moscomtour.mos.ru) – Сайт Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы
- [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru) – Сайт Федерального агентства по туризму РФ [www.unwto.org](http://www.unwto.org) – Сайт Всемирной туристской организации
- Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
- ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
- Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://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 SE; 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. Лейбенштейн, 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 эксплорента 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 (заголовок), 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



четырёх строк и четырёх 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 несамостоятельно, 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 немекдональдизированных 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 неэкономического 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 авиакомпаний «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 4E 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-1.2. Оценивает эффективность планирования по различным направлениям проекта

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.