

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна

Должность: проректор по учебной работе

Дата подписания: 29.09.2021 22:28:53

Уникальный программный ключ:

0b817ca911e6668abb43a5d426d39e5f1c11eabbf73e943df4a4851fda56d089

## МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования  
«Юго-Западный государственный университет»  
(ЮЗГУ)

Кафедра истории и социально-культурного сервиса



## ИННОВАЦИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Методические указания для подготовки  
к семинарским занятиям

УДК 338.3.01

Составитель: А.В. Черныш

Рецензент

Кандидат исторических наук, доцент *Т.В. Ковалева*

**Инновации в гостиничном бизнесе:** методические указания для подготовки к семинарским занятиям / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: А.В. Черныш Курск, 2015. 24 с.

Содержат материалы для подготовки к семинарским занятиям по дисциплине «Инновации в гостиничном бизнесе».

Методические указания соответствуют требованиям рабочей программы. Изложены вопросы для подготовки к семинарским занятиям, темы рефератов и сообщений, а так же указана основная и дополнительная литература.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать . Формат 60x84 1/16.  
Усл.печ. л. . Уч.-изд. л. . Тираж экз. Заказ.  
Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет  
305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94

## **ПРЕДИСЛОВИЕ**

Курс «Инновации в гостиничном бизнесе» входит в программу обучения в Юго-Западном государственном университете изучения дисциплин профессионального цикла направлений подготовки кафедры истории и социально-культурного сервиса. Его целью является сформировать у студентов представление о проблемах, возникающих у менеджеров при осуществлении инноваций, а также подготовить к инновационной деятельности выпускников, способных оперативно, обоснованно и с минимальным риском принимать решения по внедрению инноваций в практику работы организаций и предприятий социально-культурного сервиса.

Международный гостиничный бизнес занимает важное место в современной мировой экономике. В последние десятилетия он относится к наиболее динамично развивающимся и весьма прибыльным видам экономической деятельности. Инновации в гостиничном бизнесе развиваются быстрыми темпами. Причины этого заключаются в следующем: привлечь как можно большее количество клиентов, заинтересовав своей гостиницей, своим брендом; расположить гостя к себе и тем самым сделать его постоянным клиентом; увеличить прибыль предприятия.

Основной задачей изучения дисциплины является систематизация знаний о современных инновационных технологиях, развитие навыков их адекватного использования в профессиональной деятельности.

## ТЕМА 1

### *Теория инноваций*

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Роль инноваций в современном мире.
2. Понятие инновации.
3. Функции инновации.
4. Основные представители теории инноваций.
5. Основные подходы в изучении инновации (организационно-ориентированный, индивидуально-ориентированный).
6. Жизненный цикл инновации.
7. Виды и типы инноваций.

#### ***Основная и дополнительная литература:***

1. Новиков В. С. Инновации в туризме: пособие для студентов вузов / В.С. Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 208 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. М.2004.
3. Зайченко С.А. Развитие инноваций в сфере услуг // Форсайт. 2007. №1.
4. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Учебник. – 3-е издание. - Мн.: Новое знание, 2009.
5. Исмаев Д.К. Основы стратегии планирования и маркетинга в иностранном туризме. М.: ТОО «Луч», 2007.
6. Зайцева Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 500 с.
7. Хучек М. Инновации на предприятиях и их внедрение. М.: Луч, 1992.
8. Иванова И., Розебум Й.. Функциональный анализ российской инновационной системы: роли и ответственность ключевых стейкхолдеров. Москва: Материалы Проекта «Наука и коммерциализация технологий», 2006

## ТЕМА 2

### *Методики активизации инновационного процесса*

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Методы активизации творческого мышления: интуитивные техники (метод мозгового штурма, метод бисоциации, идея «всестороннего подхода», синектика, бионика); дискурсивные техники (морфологический анализ, анализ древа ревалентности); комбинаторные техники (теория решения изобретательских задач – ТРИЗ).
2. Стимулирование инновационной активности в группе: инновационная игра; организационно-деятельностная игра.
3. Стимулирование инновационной активности в организации.

#### ***Основная и дополнительная литература:***

1. Новиков В. С. Инновации в туризме: пособие для студентов вузов / В.С. Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 208 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. М.2004.
3. Зайченко С.А. Развитие инноваций в сфере услуг // Форсайт. 2007. №1.
4. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Учебник. – 3-е издание. - Мн.: Новое знание, 2009.
5. Исмаев Д.К. Основы стратегии планирования и маркетинга в иностранном туризме. М.: ТОО «Луч», 2007.
6. Зайцева Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 500 с.
7. Хучек М. Инновации на предприятиях и их внедрение. М.: Луч, 1992.
8. Иванова И., Розебум Й.. Функциональный анализ российской инновационной системы: роли и ответственность ключевых стейкхолдеров. Москва: Материалы Проекта «Наука и коммерциализация технологий», 2006

### ТЕМА 3

#### *Инновационные процессы в гостиничном бизнесе*

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Основы туристического производства: факторы туристического производства; средства производства туристического продукта; технология производства туристического продукта.
2. Глобализация как фактор внедрения инноваций в индустрии гостепреимства.
3. Транснационализация как современная тенденция на мировом рынке гостиничных услуг.

#### ***Основная и дополнительная литература:***

1. Новиков В. С. Инновации в туризме: пособие для студентов вузов / В.С. Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 208 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. М.2004.
3. Зайченко С.А. Развитие инноваций в сфере услуг // Форсайт. 2007. №1.
4. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Учебник. – 3-е издание. - Мн.: Новое знание, 2009.
5. Исмаев Д.К. Основы стратегии планирования и маркетинга в иностранном туризме. М.: ТОО «Луч», 2007.
6. Зайцева Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 500 с.
7. Хучек М. Инновации на предприятиях и их внедрение. М.: Луч, 1992.
8. Иванова И., Розебум Й.. Функциональный анализ российской инновационной системы: роли и ответственность ключевых стейкхолдеров. Москва: Материалы Проекта «Наука и коммерциализация технологий», 2006

## ТЕМА 4

### *Технологический прогресс как фактор инноваций в гостиничном бизнесе*

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Автоматизация и виртуализация как характеристики гостиничных корпораций нового поколения.
2. Основные направления автоматизации и виртуализации современного гостиничного бизнеса: глобальные системы бронирования и резервирования; ресурсы Internet.

#### ***Основная и дополнительная литература:***

1. Новиков В. С. Инновации в туризме: пособие для студентов вузов / В.С. Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 208 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. М.2004.
3. Зайченко С.А. Развитие инноваций в сфере услуг // Форсайт. 2007. №1.
4. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Учебник. – 3-е издание. - Мн.: Новое знание, 2009.
5. Исмаев Д.К. Основы стратегии планирования и маркетинга в иностранном туризме. М.: ТОО «Луч», 2007.
6. Зайцева Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 500 с.
7. Хучек М. Инновации на предприятиях и их внедрение. М.: Луч, 1992.
8. Иванова И., Розебум Й.. Функциональный анализ российской инновационной системы: роли и ответственность ключевых стейкхолдеров. Москва: Материалы Проекта «Наука и коммерциализация технологий», 2006

## ТЕМА 5

### *Формы инновационного предпринимательства в гостиничном деле*

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Трансформация организационной структуры гостиничного бизнеса и корпоративных систем управления персоналом.
2. Инновационная модель организационной структуры в гостиничном деле.
3. Гостиничный комплекс как сетевая структура.
4. Стратегическое сотрудничество в рамках производства гостиничного продукта.

#### ***Основная и дополнительная литература:***

1. Новиков В. С. Инновации в туризме: пособие для студентов вузов / В.С. Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 208 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. М.2004.
3. Зайченко С.А. Развитие инноваций в сфере услуг // Форсайт. 2007. №1.
4. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Учебник. – 3-е издание. - Мн.: Новое знание, 2009.
5. Исмаев Д.К. Основы стратегии планирования и маркетинга в иностранном туризме. М.: ТОО «Луч», 2007.
6. Зайцева Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 500 с.
7. Хучек М. Инновации на предприятиях и их внедрение. М.: Луч, 1992.
8. Иванова И., Розебум Й.. Функциональный анализ российской инновационной системы: роли и ответственность ключевых стейкхолдеров. Москва: Материалы Проекта «Наука и коммерциализация технологий», 2006



**Тестовые материалы**  
**по курсу «Инновации в гостиничном бизнесе»**

**ТЕСТ 1**

1. *В современной концепции жизненный цикл технологического уклада имеет три фазы развития. Вторая фаза*

a) *связана со структурной перестройкой экономики на базе новой технологии производства и соответствует периоду доминирования нового технологического уклада примерно в течение 50 лет*

b) *приходится на отмирание устаревающего технологического уклада*

c) *приходится на его зарождение и становление в экономике предшествующего технологического уклада*

2. *В основе средних промышленных циклов конъюнктуры протяженностью в 7-10 лет лежит(ат)...*

a) *рыночные конъюнктурные изменения по отношению к определенным видам продукции промышленности*

b) *смена пассивной части капитала, к которой относятся: здания, сооружения, коммуникации, передаточные устройства и т.д.*

c) *замена активной части капитала в форме станочного оборудования, транспортных средств и т.д.*

3. *В основе длинных волн (или циклов) конъюнктуры протяженностью в 40-60 лет лежит(ат) ...*

a) *смена пассивной части капитала, к которым относятся: здания, сооружения, коммуникации, передаточные устройства и т.д.*

b) *замена активной части капитала в форме станочного оборудования, транспортных средств и т.д.*

c) *рыночные конъюнктурные изменения по отношению к определенным видам продукции промышленности*

4. *Первая фаза жизненного цикла продукции связана с фазой...*

a) *снижения объемов производства и продаж*

b) *технологического освоения масштабного выпуска новой продукции*

с) исследований и разработок по созданию нововведения-продукта

д) стабилизации объемов производства промышленной продукции

*5. Второй цикл конъюнктуры связан с ...*

а) применением в промышленности электроэнергии, изобретения двигателя внутреннего сгорания, развитием химической промышленности

б) промышленным переворотом начало которого положило развитие промышленности в Великобритании

с) появлением железных дорог, машиностроения, пароходов

д) октябрьской революцией в России в 1917 году

*6. Вторая фаза жизненного цикла продукции связана с фазой...*

а) стабилизации объемов производства промышленной продукции

б) исследований и разработок по созданию нововведения-продукта

с) снижения объемов производства и продаж

д) технологического освоения масштабного выпуска новой продукции

*7. Первый цикл конъюнктуры связан с ...*

а) октябрьской революцией в России в 1917 году

б) появлением железных дорог, машиностроения, пароходов

с) применением в промышленности электроэнергии, изобретения двигателя внутреннего сгорания, развитием химической промышленности

д) промышленным переворотом, начало которого обусловило развитие промышленности в Великобритании

*8. Короткие волны (циклы) в 3-3,5 года распространились на*

а) замену активной части капитала в форме станочного оборудования, транспортных средств и т.д.

б) рыночные конъюнктурные изменения по отношению к определенным видам продукции промышленности.

с) смену пассивной части капитала, к которой относятся: здания, сооружения, коммуникации, передаточные устройства и т.д.

9. В современной концепции жизненный цикл технологического уклада имеет три фазы развития. Третья фаза

а) приходится на период отмирание устаревающего технологического уклада

б) связана со структурной перестройкой экономики на базе новой технологии производства и соответствует периоду доминирования нового технологического уклада примерно в течение 50 лет

с) приходится на его зарождение и становление в экономике предшествующего технологического уклада

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

а) Е. Гайдар

б) К. Маркс

с) Г. Греф

д) И. Шумпетер

11. Третья фаза жизненного цикла продукции связана с фазой...

а) стабилизации объемов производства промышленной продукции

б) исследований и разработок по созданию нововведения-продукта

с) снижения объемов производства и продаж

д) технологического освоения масштабного выпуска новой продукции

12. Третий цикл конъюнктуры связан с ...

а) появлением железных дорог, машиностроения, пароходов

б) применением в промышленности электроэнергии, изобретения двигателя внутреннего сгорания, развитием химической промышленности

- c) промышленным переворотом, начало которого положило развитие промышленности в Великобритании
- d) октябрьской революцией в России в 1917 году

*13. В современной концепции жизненный цикл технологического уклада имеет три фазы развития. Первая фаза...*

- a) связана со структурной перестройкой экономики на базе новой технологии производства и соответствует периоду доминирования нового технологического уклада примерно в течение 50 лет
- b) приходится на отмирание устаревающего технологического уклада
- c) приходится на его зарождение и становление в экономике предшествующего технологического уклада

*14. Четвертая фаза жизненного цикла продукции связана с фазой...*

- a) исследований и разработок по созданию нововведения-продукта
- b) снижения объемов производства и продаж
- c) стабилизации объемов производства промышленной продукции
- d) технологического освоения масштабного выпуска новой продукции

*15. Автор теории волн (больших циклов конъюнктуры)*

- a) Г. Форд
- b) Н. Д. Кондратьев
- c) Д. И. Менделеев
- d) А. Файоль

## ТЕСТ 2

*1. Направления деятельности фирмы и их результаты в виде продуктов и услуг сгруппированы в ...*

- a) ресурсный блок
- b) функциональный блок
- c) продуктовый блок производственно-хозяйственной системы

- d) организационный блок
- e) блок управления

2. Мера готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели, т.е. мера готовности к реализации проекта или программы инновационных стратегических изменений – это инновационный (ая) ... организации.

- a) климат
- b) стратегия
- c) политика
- d) среда
- e) потенциал

3. Развитие организации рассматривается как реакция на изменения ... среды.

- a) внешней и внутренней
- b) изменения внутренней
- c) изменения внешней

4. Инновационный потенциал организации это –

- a) мера готовности организации выполнить задачи по достижению инновационной цели
- b) готовность организации к стабильной производственной деятельности
- c) мера готовности организации к участию в инновационном проекте

5. Подход на котором строится методика оценки инновационного потенциала – ... подход.

- a) ситуационный
- b) системный
- c) целевой

6. Технология процессов по всем функциям и проектам организации входит в ...

- a) ресурсный блок
- b) продуктовый блок
- c) функциональный блок
- d) организационный блок производственно-хозяйственной системы
- e) блок управления

7. В схему оценки инновационного потенциала предприятия при детальном анализе внутренней среды не входит ...

- a) постановка задачи, входящей в программу решения проблемы
- b) описание проблемы развития предприятия
- c) установление взаимосвязи структурных и диагностических параметров системы организации
- d) описание системной модели деятельности
- e) оценка организационного потенциала

8. В схему диагностического анализа и оценки инновационного потенциала предприятия не входит ...

- a) ведение каталога управляющих воздействий на организацию
- b) оценка ресурсного потенциала относительно поставленной задачи
- c) оценка структурных параметров
- d) оценка состояния частных параметров организации и определение интегральной оценки ее потенциала

9. Схема оценки инновационного потенциала организации

- a) цель – ресурс – результат
- b) ресурс – функция – проект
- c) цель – процесс – результат
- d) функция – проект – процесс

10. Развитие инновационного потенциала как целого не может осуществляться без анализа ... среды организации.

- a) внутренней
- b) внешней
- c) внутренней и внешней

11. Ограничение в сроках, отсутствие специалистов, способных проводить системный анализ, отсутствие или недоступность информации о предприятии заставляют использовать при оценки инновационного потенциала предприятия ... подход.

- a) детальный
- b) диагностический
- c) процессный
- d) системный

*12. Блоки производственно-хозяйственной системы организации*

- a) продуктовый, функциональный, ресурсный, организационный, управления
- b) продуктовый, функциональный, проектный, стратегический, инновационный
- c) продуктовый, функциональный, ресурсный, технологический, инфраструктурный

ТЕСТ 3

*1. Основная функция патента на инновацию – закрепляет за лицом, которому он выдан, ....*

- a) исключительное право на изобретение
- b) право на получение авторского вознаграждения
- c) исключительное право реализации изобретения в производстве

*2. Распространение однажды освоенной инновации в новых регионах, на новых рынках и в новой финансово-экономической ситуации – это ... инноваций.*

- a) маркетинг
- b) диффузия
- c) трансферт
- d) продвижение

*3. Классификация продуктов с позиции инновационного менеджмента*

- a) простой продукт, сложный продукт
- b) продукт потребительского назначения, продукт производственного назначения
- c) продукты повседневного спроса, продукты особого спроса, продукты пассивного спроса

*4. Особенности сложного продукта*

- a) создается на основе смешения старых и новых технологий производства
- b) многочисленные переделы в процессе производства
- c) видоизменение продукта на протяжении всего его жизненного цикла

d) многочисленные переделы в процессе производства, применение современных приборов и машин в сочетании с трудом работников высокой квалификации

5. *Процесс передачи права владения ценными именными бумагами*

- a) трансферт
- b) лизинг
- c) лицензирование

6. *По уровню разработки и распространения нововведений инновационные процессы делятся на ...*

- a) внутриорганизационные, межорганизационные, внутрифирменные, межфирменные
- b) корпоративные, внутрикорпоративные, программные, конкурсные
- c) государственные, республиканские, региональные, отраслевые

7. *Важнейшая задача патентно-лицензионной службы государства*

- a) контроль за обеспечением необходимых условий для диффузных процессов, связанных с распространением новшеств и нововведений
- b) регулирование и координация инновационного трансферта с учетом инвестиционных возможностей организации
- c) определение именной ценности инноваций, интеллектуального вклада авторов

8. *Инновационный менеджмент – это процесс ...*

- a) организации и руководства деятельностью всего персонала для достижения поставленных целей
- b) определяющий последовательность действий организации по разработке и реализации стратегий
- c) управления кардинальными изменениями в продуктах труда, средствах производства, сфере услуг и другой деятельности

9. *Практическое использование новшества с момента технологического освоения производства и масштабного распространения в качестве новых продуктов и услуг называется*

- a) нововведением
- b) новацией



- c) обновлением
- d) инновацией

10. По степени новизны инновационные процессы делятся на

- a) радикальные
- b) модифицированные
- c) комбинированные
- d) абсолютные
- e) относительные
- f) частные

11. Инвариантность инноваций – это способность ...

- a) изменения полученных количественных характеристик в условиях меняющейся внешней среды
- b) сохранения неизменными полученных количественных характеристик по отношению к преобразованиям и переменам внешней среды
- c) сохранения неизменными полученных количественных характеристик на протяжении всего жизненного цикла продукта

12. Инновационный трансферт учитывает ...

- a) ролевое участие государства
- b) материальную (денежную) ценность инноваций
- c) исключительные права авторов
- d) именную ценность инноваций и интеллектуальный вклад авторов

13. Определяющее условие для успешной реализации инновационных процессов и нововведений

- a) выделение инвестиций в научно-техническую деятельность
- b) эффективное использование и координация всех ресурсов организации
- c) интенсивное развитие всех элементов производственно-хозяйственной системы предприятия

14. Возможность диффузии инноваций определяется ...

- a) инвариантностью
- b) трансфертом инноваций
- c) инновационным потенциалом организации

15. Особенности простого продукта

- a) создается трудом человека и не подвергается переделке после производства
- b) многократно переделывается в процессе его производства
- c) имеет однородный состав и создается в сельском хозяйстве, добывающей промышленности, текстильной промышленности

#### ТЕСТ 4

*1. Уровни, на которых происходит формирование корпоративных структур*

- a) уровень организации, включающей специальные инновационные подразделения
- b) уровень простой организации, включающей в свою структуру другие организации
- c) уровень простой организации, не включающей другие организации, которые управляются специальной холдинговой кампанией
- d) уровень простой организации и уровень корпорации

*2. По мнению руководителя добиться превосходства над конкурентами можно ...*

- a) привлекая иностранный капитал
- b) вовлекая в работу внештатных сотрудников
- c) постоянно пополняя резерв персонала
- d) сокращая штат во время спада организации

*3. Архетип, у которого ценится способность распознать потенциал каждого человека и заинтересовать его в полном использовании этого потенциала.*

- a) плановик
- b) предприниматель
- c) лидер
- d) администратор

*4. Архетип, стремящийся изменить динамику развития организации, а не экстраполировать ее прошлую деятельность*

- a) предприниматель
- b) администратор
- c) плановик

d) лидер

5. *Физические лица, выступающие в качестве инвесторов рискованных проектов – это ...*

a) вольные сотрудники

b) «деловые ангелы»

c) предприниматели

d) научно-технические привратники

6. *Участники инновационной деятельности организации, получающие полную свободу действий на 5 лет*

a) альтернативный персонал

b) золотые воротнички

c) информационные звезды

d) вольные сотрудники

7. *Архетип, стремящийся к оптимизации будущей деятельности фирмы*

a) предприниматель

b) плановик

c) лидер

d) администратор

8. *Фактор, из-за которого происходит сокращение до минимума постоянных работников*

a) жизненный цикл организации

b) инновационная активность

c) повышение деловой активности

d) конкуренция

9. *Архетипы, формирующие практическую деятельность руководителя*

a) лидер

b) администратор

c) плановик

d) предприниматель

e) начальник отдела

f) менеджер

g) руководитель

10. *Необходимый элемент организации инновационного процесса*

a) вовлечение в работу высококвалифицированных внештатных сотрудников

b) бригадное новаторство и временные творческие коллективы

c) бутлегерство

d) рисковые подразделения компании

*11. Бутлегерство – это ...*

a) подпольное контрабандное изобретательство

b) необходимый элемент организации инновационного процесса, для удовлетворения завтрашних потребностей

c) бригадный метод работы

d) рисковое подразделение компании

*12. Черты, присущие архетипу «администратора»*

a) стремление к оптимизации будущей деятельности фирмы

b) стремление изменить динамику развития организации

c) способность оценивать эффективность работы организации

d) стремление к новому, предвидение хода дела

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

a) вольные сотрудники

b) научно-технические привратники

c) золотые воротнички

d) альтернативный персонал

*14. Развитие международных научно-технических и торговых отношений связано с ...*

a) созданием альянсов и совместных предприятий

b) созданием отдельных новых предприятий

c) разделением промышленных и финансовых предприятий

d) объединением научно-технических программ на базе финансовых организаций

*15. Внештатные сотрудники – это ...*

a) информационные звезды

b) вольные сотрудники

- c) золотые воротнички
- d) альтернативный персонал

*16. Участники инновационной деятельности, отличающиеся от своих коллег ориентацией на внешние информационные источники*

- a) вольные сотрудники
- b) золотые воротнички
- c) научно-технические привратники
- d) альтернативный персонал

*17. Рисковое подразделение компании*

- a) необходимый элемент организации инновационного процесса, для удовлетворения завтрашних потребностей
- b) тайная работа над внеплановыми проектами
- c) автономно управляемое специализированное производство
- d) подразделение компании, институцирующей новаторство

### **Перечень вопросов для подготовки к экзамену.**

1. Роль инноваций в современном мире.
2. Понятие инновации.
3. Функции инновации.
4. Инноватика – наука об инновациях.
5. Основные представители теории инновации (Н.Д. Кондратьев, В. Дейк, Й. Шумпетер, Ф. Тейлор, П.Ф. Друкер).
6. Основные подходы в изучении инновации (организационно-ориентированный, индивидуально-ориентированный).
7. Жизненный цикл инновации.
8. Виды и типы инноваций.
9. Механизмы распространения инноваций.
10. Социокультурный эффект инноваций.
11. Инновационные ошибки.
12. Инновационные конфликты и возможности их разрешения.
13. Инновационный потенциал личности.
14. Инновационный потенциал группы.
15. Инновационная активность организации.
16. Инновационная культура общества.
17. Инновационная культура России.
18. Методы активизации творческого мышления.
19. Интуитивные техники (метод мозгового штурма, метод бисоциации, идея «всестороннего подхода», синектика, бионика).
20. Дискурсивные техники (морфологический анализ, анализ древа ревалентности).
21. Комбинаторные техники (теория решения изобретательских задач – ТРИЗ).
22. Стимулирование инновационной активности в группе (инновационная игра; организационно-деятельностная игра).
23. Стимулирование инновационной активности в организации.
24. Зарубежные модели инновационной деятельности.

25. Роль государства в различных моделях инновационного процесса.
26. Организация инновационной деятельности в России.
27. Особенности общего управления предприятием сферы сервиса.
28. Виды и функции менеджмента предприятий сервиса и туризма.
29. Основы туристического производства (факторы, средства и технология производства туристического продукта).
30. Глобализация как фактор инноватизации туристического производства.
31. Транснационализация как современная тенденция на мировом туристическом рынке.
32. Автоматизация и виртуализация как характеристики туристических корпораций нового поколения.
33. Основные направления автоматизации и виртуализации современного туристического бизнеса: глобальные системы бронирования и резервирования; туристские ресурсы Интернет.
34. Трансформация организационной структуры туристической компании и корпоративных систем управления персоналом.
35. Инновационная модель организационной структуры туристической компании.
36. Туристическая корпорация как сетевая структура.
37. Стратегическое сотрудничество в рамках туристического производства.
38. Направления государственного регулирования туристического рынка.
39. Инновации в сфере государственного регулирования и саморегулирования туристического рынка.
40. Содержание и цели маркетинга в сфере туризма.
41. Брэндинг как инновационный инструмент продвижения туристического продукта.
42. Этика и психология сервисной деятельности.
43. Правовые вопросы управления инновациями.

44. Интеллектуальная собственность как объект инновационного предпринимательства.
45. Современный менеджер – новатор, его цели и задачи в сфере социально-культурного сервиса и туризма.
46. Государственная поддержка инновационной деятельности.