СОГЛАСОВАН

решением Ученого совета
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
(протокол от «19» декабря 2024 г. № 6)

УТВЕРЖДЕН

приказом ректора
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
от «27» декабря 2024 г. № 56

АКТУАЛИЗИРОВАН

решением Ученого совета
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
(протокол от «25» декабря 2025 г. № 7)

УТВЕРЖДЕНА
актуализированная версия
приказом ректора
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
от «30» декабря 2025 г. № 59

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
Инновации в профессиональной деятельности

направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль)
Управление в гостиничном бизнесе

уровень образования
высшее образование – бакалавриат

форма обучения
заочная

год набора
2025

Санкт-Петербург
2024

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат
029D2AE30011B46997424A3587152A1CB0
Действителен с 18.03.2026 по 18.06.2027
Владелец АНО ВО "МБИ ИМЕНИ АНАТОЛИЯ СОБЧАКА"

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ..... 4
3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ 8
4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА..... 9
5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 10
5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:..... 10
5.2 КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ..... 11
5.3 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ..... 41
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ... 48
7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ..... 49
7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ..... 52
7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ..... 52

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов обучения по учебной дисциплине.

Рабочей программой дисциплины (модуля) предусмотрено формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции выпускника	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**
ПК-1 Способен рассчитывать и анализировать экономические результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания для обеспечения контроля и принятия эффективных управленческих решений	ПК-1.2 Способен анализировать экономические результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания для обеспечения контроля и принятия эффективных управленческих решений	**Знать:** виды и классификацию инноваций в сфере гостеприимства и общественного питания (продуктовые, процессные, маркетинговые, организационные, цифровые), методы оценки экономической эффективности инновационных проектов (NPV, IRR, PI, срок окупаемости, ROI), отраслевые тренды и перспективные технологии (бесконтактные сервисы, ИИ-ассистенты, системы динамического ценообразования, умные здания, автоматизация кухни, цифровые меню), специфику внедрения инноваций на предприятиях разного формата (отели, рестораны, туркомпании, глэмпинги), влияние инноваций на ключевые экономические показатели (выручка, себестоимость, загрузка, RevPAR, Food Cost, Labor Cost), методики анализа рисков при внедрении новшеств, нормативные и регуляторные аспекты использования новых технологий в сервисе, подходы к интеграции инноваций в систему бизнес-планирования и бюджетирования, отраслевые бенчмарки по уровню технологичности и инновационности предприятий. **Уметь:** анализировать экономические результаты деятельности предприятия до и после внедрения инноваций, сопоставлять плановые и фактические показатели эффективности инновационных решений, выделять влияние отдельных факторов (автоматизация, изменение клиентского пути, оптимизация ресурсов) на финансовые результаты, рассчитывать и интерпретировать показатели экономической эффективности инноваций (NPV, IRR, ROI, срок окупаемости), выявлять зоны роста и потенциальные эффекты от внедрения новых технологий и процессов, оценивать риски и неопределённость при реализации инновационных проектов, адаптировать типовые методики оценки под специфику предприятия и формат услуги, формировать управленческие выводы и рекомендации по внедрению или масштабированию инноваций, учитывать отраслевую специфику и потребительские ожидания при анализе результатов, обосновывать целесообразность инвестиций в инновации через расчёты и прогнозные модели. **Владеть навыками:** работы с данными для расчёта экономических показателей до и после внедрения инноваций (сводные таблицы, дашборды, BI-системы), построения финансовых моделей инновационных проектов в Excel/Google Sheets (в т. ч. прогноз денежных потоков, сценарное моделирование, анализ чувствительности), применения методов сравнительного анализа для оценки эффекта от инноваций (до/после, с бенчмарками, с пилотными зонами), использования инструментов факторного и маржинального анализа для выявления драйверов изменения выручки и затрат, подготовки аналитических отчётов и презентаций с обоснованием эффективности

		инноваций для руководства, работы с PMS, CRM, системами учёта и аналитики для извлечения данных о влиянии новшеств на загрузку, средний чек, конверсию, трудозатраты, оценки рисков инновационных проектов (матрица рисков, анализ сценариев), координации взаимодействия подразделений при пилотировании и масштабировании инноваций, оформления управленческих решений и дорожных карт внедрения инноваций с указанием KPI и контрольных точек, интерпретации отраслевых обзоров и патентной информации для поиска перспективных решений, интеграции результатов анализа инноваций в систему текущего и стратегического планирования предприятия.

1.2. Входной уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемых для формирования компетенции

Знает теоретических основ инновационных процессов, модели инновационной деятельности, стратегии управления инновациями, организации инновационной деятельности; основы управленческой деятельности с применением инновационных методов.

Умение распознавать инновационные возможности в профессиональной деятельности; применять механизмы распространения инноваций; разрабатывать стратегию и планировать инновационную управленческую деятельность

Владение навыками стимулирования инновационной активности; практическими приемами оценивания эффективности инноваций навыками по работе с инновационными технологиями

2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценка проводится методом сопоставления параметров продемонстрированной обучающимся продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

Таблица – 1.1. Объекты оценивания и наименование оценочных средств

Номер и наименование разделов/тем	Формы текущего контроля успеваемости / промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия / Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки Устная/ письменная
Тема 1. История и современное состояние инновационного менеджмента	Текущий контроль	Инновационный менеджмент как наука о развитии предприятия и функциональная управленческая дисциплина. Инновации как основной динамический фактор развития экономики. Предмет, объект и субъект инновационной деятельности. Нововведения как объект инновационного менеджмента. Понятие социально-экономического прогресса. Его критерии и движущие силы. Воспроизводственный экономический процесс и факторы его определяющие. Сущность «новой экономики» («экономики знаний») XX1 века. Роль инноваций в ускорении воспроизводственного процесса. Краткий обзор теорий процесса развития XX в. и его инновационной составляющей. Цикличность развития экономики. Технологические уклады и содержание длинноволновой теории развития Н.Д. Кондратьева. Представления Й.	ДП – доклад с презентацией, Т – тест реферат	устная/ письменная

		Шумпетера на инновации. Новшества, нововведения (инновации), инновационный процесс. Сущность и содержание технико-экономических парадигм. Основные отличия инноваций от фундаментальных научных исследований и художественного творчества. Нововведенческий процесс — важнейшая составляющая современной экономики. Инновационная деятельность — источник и средство реализации стратегических изменений в деятельности предприятия. Функции, принципы и методы инновационного менеджмента. Классификация видов инноваций: по степени новизны (радикальности), по источнику возникновения инновационной идеи, по сфере приложения (по характеру объектов инноваций). Содержание инновационной деятельности. Жизненный цикл инновации и инновационный цикл (период) инновационного проекта. Организационно-управленческое содержание этапов жизненного цикла инновации.		
Тема 2. Государственное регулирование инновационной деятельности	Текущий контроль	Государственное регулирование инновационной деятельности в РФ. Значение инноваций для стабилизации экономического развития, укрепления национальной безопасности. Ограниченность рыночных механизмов в области получения и внедрения научно-технических результатов. Взаимосвязь развития инновации, науки и техники. Государственная инновационная политика и ее роль в стимулировании инновационной сферы, формировании и развитии инновационной инфраструктуры. Функции государства в инновационной сфере (аккумулирование средств на обеспечение инновационной деятельности, координация инновационной деятельности, страхование рисков инновационной деятельности и др). Инструменты государственного регулирования инновационной деятельности: прогнозирование и определение приоритетов, государственно-административные и рыночные регуляторы, и т.д. Формы государственной поддержки инновационной деятельности. Органы государственного регулирования инновационных процессов. Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной деятельностью.	ДП – доклад с презентацией Т – тест задания Диспут реферат	Устная письменная
Тема 3. Формирование благоприятных	Текущий контроль	Инновационный потенциал и инновационные ресурсы организации. Инновационные ресурсы. Критерии, оценки и факторы	Т – тест, К – коллокви	Письменная Устная

условий инновационной деятельности.		инновационного потенциала. Анализ внутренних и внешних факторов. Риски в инновационной деятельности. Методы управления рисками в инновационной деятельности. Нормативно-правовое и организационно-методическое обеспечение инновационной деятельности. Патентно–лицензионная деятельность инновационной организации. Стратегии фирма по инновационному поведению. Варианты имитационной стратегии. Венчурная инновационная стратегия. Финансовый и инновационный аспекты венчурных стратегий. Условия эффективной ее реализации. Инвестиционные стратегии по отношению к нововведенческому процессу. Их место среди прочих стратегических подходов к инвестиционной деятельности предприятия. Инновационная стратегия инвестирования. Преимущества и опасности стратегии «первого шага».	ум задания Деловая игра реферат	
Тема 4. Разработка и реализация инновационных проектов	Текущий контроль	Инновационный проект как форма целевого управления инновационной деятельности на предприятии. Функции, задачи, основные элементы и участники инновационного проекта. Экспертиза проекта. Виды проектов (исследовательские, инициативные, внедренческие, восходяще-нисходящие и т. д.). Основные и вспомогательные процессы планирования. Уровни планирования. Структура разбиения работ проекта. Детальное планирование. Календарное планирование. Годовые тематические планы. Методы планирования инноваций. Управленческие подходы к реализации инновационных проектов. Специфические особенности реализации инновационных проектов (неопределенность, риски, интерактивность и т. д.). Методы принятия решений в инновационных проектах. Методы проектирования. Функционально-стоимостной анализ. Морфологический анализ и синтез решений. Управление содержанием инновационных проектов. Разработка концепции инновационного проекта. Целесообразность поведенческого подхода к управлению инновационной деятельностью. Формирование и управление командой проекта. Распреде-ление «ролей» в ходе реализации инновационного проекта. Виды контроля реализации инновационных проектов.	Т – тест, задания Деловая игра Реферат коллоквиум	Устная письменная
Тема 5.	Текущий	Организационные понятия инновационного	Т – тест,	Устная

Организация инновационного менеджмента	контроль	менеджмента. Классификация фирм по инновационному поведению. Особенности организационных структур инновационных предприятий. Инновационная инфраструктура государства — необходимое условие результативности и эффективности инновационного процесса. Организационные формы инновационной деятельности: венчурные фирмы, спиннинговые компании, спиноффы, малые творческие группы, консорциумы (пулы), исследовательские подразделения предприятий, вузов, НИИ, технопарки, инновационные инкубаторы и т. д. Специфические риски инвестиционных проектов. Проявление регулярных рисков при различных видах инвестиционных стратегий. Научно-технический перенос и его влияние на специфические риски.	задания Деловая игра Реферат коллоквиум	письменная
Тема 6. Финансирование и особенности ценообразования в инновационной сфере	Текущий контроль	Финансовое и материальное обеспечение инновационной деятельности. Методы оценки экономической эффективности инновационных проектов. Финансовая оценка инновационного проекта. Учет факторов риска и инфляции в инновационной деятельности. Стратегии ценообразования организаций в инновационной деятельности. Источники финансирования инновационной деятельности. Распределение средств сводного бюджета НИОКР между инновационными проектами. Инновационные затраты для различных видов инноваций. Особенности ценообразования на инновационный продукт. Механизмы управления инновационными затратами (разработка сметы и контроль ее выполнения; бюджетирование).	Т – тест, задания Деловая игра Реферат коллоквиум	Устная письменная
Тема 7. Управление инновационной деятельностью	Текущий контроль	Понятие «инновационный процесс». Схема инновационного процесса. Сущность фундаментальных исследований. Опытно-конструкторские разработки. Жизненный цикл инновационного продукта. Факторы успеха, влияющие на инновационный процесс. Выбор приоритетных направлений исследований и разработок. Типология инновационных проектов. Диффузия инноваций. Внешние факторы инновационной сферы, влияющие на эффективность управления. Факторы развития и особенности инновационной восприимчивости компаний. Функции управления в результате исследований моделей инновационного процесса. Маркетинг инновационной деятельности предприятия. Маркетинг инновационных	Т – тест, задания Деловая игра Реферат коллоквиум	Устная письменная

		проектов — ориентация на повышение восприимчивости рынка к объектам инноваций. Понятия «маркетинг инноваций» и «инновационный маркетинг». Направления осуществления инновационного маркетинга. Виды стратегического инновационного маркетинга. Отличия стратегического и тактического маркетинга инноваций. Тактический инновационный маркетинг.		
Тема 8. Оценка эффективности и коммерциализация результатов инновационной деятельностью	Текущий контроль	Понятие и сущность эффективности результатов инновационной деятельности. Виды эффективности. Оценка эффективности инноваций. Понятие и сущность эффективности в инновационной деятельности. Принципы и подходы к оценке результативности и эффективности инновационных проектов. Оценка сравнительной значимости инновационных проектов. Система показателей эффективности инновационной деятельности. Методы оценки экономической эффективности инноваций. Обоснование эффективности инвестиций в инновационные проекты. Методы оценки перспективности инновационных проектов: оценка инноваций как инвестиций (дисконтированные и не дисконтированные показатели), оценка инноваций как научной продукции, факторная экспертная оценка. Финансовые критерии оценки проектов. Финансовый анализ в процессе НИОКР. Учет фактора риска в финансовом анализе. Место коммерциализации в инновационном процессе. Дорожная карта процесса коммерциализации. Особенности коммерциализации интеллектуальной собственности. Защита интеллектуальной собственности.	Т – тест, задания Деловая игра Реферат коллоквиум	Устная письменная
Все темы и разделы:	**Промежуточная аттестация**		Т – тест (1-30)	Письменная

3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка знаний, умений, владений выражается в пятибалльной системе.

Таблица 3.1 – Текущий контроль

№ п/п	Виды работ	Критерии оценивания			
		Неудовлетворительно (2 балла)	Удовлетворительно (3 балла)	Хорошо (4 балла)	Отлично (5 баллов)
1	Работа на лекциях	Отсутствие участия студента в работе на занятии	Единичное высказывание	Высказывание суждений, активное участие в работе на занятии	Высказывание неординарных суждений, активное участие в работе на занятии

2	Работа на практических занятиях, решение общих практических задач	Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение	Единичное высказывание, решение с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок
3	Работа на практических занятиях, решение индивидуальных практических задач	Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение	Единичное высказывание, решение с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок

Критерии оценивания формулируются для каждой компетенции и отражают деятельность обучающегося, поддающуюся измерению.

Таблица 3.2 – Обобщенные критерии оценивания освоения компетенции

Неудовлетворительно (2 балла)	Удовлетворительно (3 балла)	Хорошо (4 балла)	Отлично (5 баллов)
Компетенция не освоена. Обучающийся не показывает знания, входящие в состав компетенции, не понимает их необходимость и/или не может их применять	Компетенция освоена. Обучающийся показывает общие знания, входящие в состав компетенции, имеет представление об их применении, умение извлекать и использовать основную (важную) информацию из полученных знаний	Компетенция освоена. Обучающийся показывает полноту знаний, демонстрирует умения и навыки решения типовых задач	Компетенция освоена. Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и навыки решения сложных задач, умение принимать решения, создавать и применять документы, связанные с профессиональной деятельностью; способен самостоятельно решать проблему/задачу на основе изученных методов, приемов и технологий.

4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

Таблица 4.1 –. Шкала критериев оценивания компетенций

Оценка	**Содержание**
Неудовлетворительно (2 балла)	Демонстрирует непонимание проблемы, не восприятие материала. Работа незакончена и/или это плагиат
Удовлетворительно (3 балла)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер
Хорошо (4 балла)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения
Отлично (5 баллов)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных

	характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:

Таблица - 5.1 Перечень заданий текущего контроля и их наименование

Наименование оценочных средств	Содержание задания
Доклад с презентацией	Организация инновационного менеджмента. Организационные структуры. Научная организация. Рисковый (венчурный) бизнес. Венчурные фирмы. Эксплеренты. Фирмы-патиенты. Фирмы-виоленты. Фирмы-коммутанты. Суть инновационной организации; ее характеристики. Инновации в организациях. Сопротивление инновациям. Инновационная структура, инновация как бизнес. Проблема оплаты в инновационных подразделениях. Высшее руководство в инновационной организации. Объединения предпринимательских организаций (консорциумы, концерны, холдинговые компании, финансово-промышленные группы, ассоциации), их роль в осуществлении инновационных идей. Особенности управления объединениями предпринимательских организаций. Консалтинг в инновационном менеджменте. Инновационная деятельность малых предприятий и внедренческих фирм
коллоквиум	Сущность и задачи инновационной деятельности в гостиничной и туристической сфере Введение, цель и задачи курса. Связь со смежными дисциплинами. Предпринимательство в современном понимании. Предпринимательское управление, его направленность на поиск новаций. Нововведения как объект инновационного управления. Разработка программ и проектов создания и внедрения нововведений. Цель инновационного решения. Поиск изменений. Тенденции и разновидности развития. Управление развитием. Семь источников инновационных возможностей: неожиданное событие; несоответствие; нововведения, основанные на потребностях процесса; изменения в структуре отрасли или рынка; демографические изменения; изменения в восприятии и настроениях потребителей; новое знание. Внешние и внутренние источники инновационных идей
реферат	Организация инновационной деятельности на предприятиях туризма и гостеприимства Значение выбора инновационной стратегии. Инновационные стратегии, их особенности в условиях рыночной экономики. Цели стратегического планирования. Фазы стратегического планирования. Методы выбора инновационной стратегии. Матрица возможностей. Матрица угроз. Матрица "Продукция-рынок". Управление инновациями и стратегическое управление
задания	Патентно-информационный поиск и анализ инновационных тенденций в сфере ресторанного бизнеса.
диспут	Оценка эффективности инноваций в туризме и гостиничном бизнесе Понятие оценки эффективности инновационных проектов. Показатели эффективности: коммерческая, бюджетная и экономическая эффективность инвестиционных проектов и т.п. Критерии оценки инвестиционного проекта: цели организации, стратегия, политика, ценности; финансовые критерии; научно-технические критерии; производственные критерии; внешние и экологические критерии. Факторы неопределенности и риска, их учет при выборе проекта. Методы выбора оптимальной альтернативы инвестиционного проекта для реализации: метод чистого

	дисконтированного дохода; метод индекса доходности; метод внутренней нормы доходности; метод срока окупаемости; метод перечня критериев; балльный метод и др
Деловая игра	Маркетинг инноваций
Тест	На каком этапе жизненного цикла услуг стоит начинать разработку новых услуг с точки зрения теории инновационной деятельности? 1. Внедрение новой услуги в широкую продажу, выход её на рынок; 2. Увеличение спроса на услугу, рост объёма продаж; 3. Достижение максимального объёма продаж (этап зрелости); 4. Насыщение рынка данной услугой и снижение спроса на неё; 5. Резкий спад объёма продаж и снижение прибыли.

5.2 КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Первая контрольная точка - в форме доклада (письменная).

Темы докладов: Темы докладов с презентацией

Тема. Государственное регулирование инновационной деятельности

Планы докладов

1. **Государственные стандарты и сертификация как инструмент продвижения инноваций**
   - «Зеленые» стандарты (LEED, BREEAM) и их влияние на проектирование и эксплуатацию отелей .
   - Стандарты доступной среды: требования к инклюзивному дизайну.
   - Роль государства в разработке и продвижении национальных стандартов качества.
   - Примеры: сертификация по экологическим стандартам в отелях Six Senses, Parkroyal .
2. **Поддержка кластеров и инновационных территориальных центров в туризме**
   - Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа: налоговые льготы, инфраструктурная поддержка.
   - Кластерный подход: синергия бизнеса, образования и власти на примере туристических кластеров в России .
   - Государственно-частное партнерство в развитии туристической инфраструктуры.
   - Примеры: развитие Крыма и Черноморского побережья .
3. **Роль государственных грантов и конкурсов в выявлении и тиражировании инновационных практик**
   - Национальная туристическая премия как инструмент популяризации лучших практик.
   - Грантовые программы для стартапов в сфере TravelTech.
   - Поддержка инновационных проектов в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства».
   - Примеры успешных проектов, получивших государственную поддержку.
4. **Регулирование использования больших данных (Big Data) и искусственного интеллекта**
   - Законодательство о персональных данных: требования к сбору, хранению и обработке информации о гостях.
   - Баланс между персонализацией сервиса и приватностью .
   - Правовые аспекты использования биометрических данных (распознавание лиц, отпечатки пальцев) .
   - Ответственность за утечки данных и кибербезопасность.
5. **Государственные программы по развитию инновационных компетенций**
   - Образовательные гранты и стажировки для руководителей гостиничных предприятий.
   - Программы повышения квалификации в сфере цифровых технологий и инновационного менеджмента.
   - Сотрудничество вузов и бизнеса: пример РАНХиГС и Санкт-Петербургского политехнического университета .
   - Развитие кадрового потенциала для инновационной туриндустрии.

.

Тема. Инновационный гостиничный маркетинг и менеджмент

Планы докладов

1. **Роль национальных туристических администраций (NTAs) в создании инновационной экосистемы**
    - Продвижение национального турпродукта на международных рынках.
    - Координация усилий бизнеса, науки и власти в развитии туризма.
    - Поддержка цифровых платформ и агрегаторов для продвижения региональных турпродуктов.
    - Примеры: Visit Russia, Brand USA, Tourism Australia.
2. **Правовое регулирование и поддержка инновационных бизнес-моделей (шеринг-экономика)**
    - Опыт регулирования Airbnb в разных странах: налогообложение, лицензирование, ограничения.
    - Влияние шеринг-экономики на традиционный гостиничный бизнес.
    - Поиск баланса между инновациями и защитой прав потребителей.
    - Перспективы развития гибридных моделей: отели + апартаменты.
3. **Государственные программы развития кадрового потенциала для инновационной туриндустрии**
    - Образовательные гранты и стажировки за рубежом.
    - Программы переподготовки и повышения квалификации.
    - Сотрудничество с профильными вузами: РАНХиГС, СПбПУ .
    - Развитие системы наставничества и обмена опытом.
4. **Защита прав интеллектуальной собственности в сфере туристических технологий (TravelTech)**
    - Патентование программных продуктов, алгоритмов, бизнес-методов.
    - Защита брендов и товарных знаков в международном масштабе.
    - Борьба с копированием инновационных решений.
    - Роль государства в создании правовой базы для защиты интеллектуальной собственности.
5. **Регулирование инноваций в сфере безопасности туристов**
    - Биометрические данные: правовые аспекты использования .
    - Требования к кибербезопасности гостиничных информационных систем.
    - Стандарты безопасности для новых услуг (экстремальный туризм, виртуальные туры).
    - Ответственность отелей за безопасность гостей в условиях цифровизации.

Методические рекомендации:

Обучающийся может подготовить не более пяти докладов с презентацией. Критерии оценки одного доклада с презентацией: 5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно; 4 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса; 3 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты; 2 балла, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Методические указания по написанию доклада с презентацией. Требования, предъявляемые к докладу с презентацией:

1. Объем доклад не должен превышать 5-8 страниц. Печать производится через 1,5 интервала, размер шрифта 14, с выравниванием по ширине. Левое поле листа 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее 20 мм. Текст должен оформляться абзацами с отступом 1,25 см.
2. Эссе должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.
3. Необходимо писать коротко и ясно. Эссе не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия вашей позиции, идеи.

4. Доклад должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре.

5. Каждый абзац доклад должен содержать только одну основную мысль.

6. Доклад должен показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи.

7. Доклад должен содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

контрольная точка - в форме теста (письменная).

Тесты

Тема. Инновации и их виды. Модели и формы инновационной деятельности, возможные варианты их

ТИП ЗАДАНИЯ	**СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ**	**ЗАДАНИЕ С КЛЮЧАМИ**
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например: 1-а; 2-b; 3-а)	**Вопрос 1.1.** К какому виду инноваций относится внедрение в гостинице мобильных ключей для доступа в номер через приложение? А. Продуктовая инновация Б. Процессная инновация В. Маркетинговая инновация Г. Организационная инновация *Правильный ответ: Б* *Обоснование:* Мобильные ключи относятся к процессным инновациям, так как они изменяют способ оказания услуги (процесс заселения и доступа в номер), повышая его эффективность и удобство для гостя . **Вопрос 1.2.** Какая модель инновационной деятельности предполагает разработку новшеств исключительно внутренними силами компании без привлечения внешних партнеров? А. Открытая модель Б. Закрытая модель В. Партнерская модель Г. Гибридная модель *Правильный ответ: Б* **Вопрос 1.3.** Что относится к продуктовым инновациям в гостиничном бизнесе? А. Внедрение CRM-системы для управления взаимоотношениями с гостями Б. Создание нового бренда отелей для длительного проживания (например, LivSmart Studios у Hilton) В. Автоматизация процесса уборки номеров с помощью роботов Г. Обучение персонала работе с новым программным обеспечением *Правильный ответ: Б* **Вопрос 1.4.** Какой тренд гостиничной индустрии 2025-2026 годов связан с переходом от простого предоставления услуг к созданию эмоциональной связи с гостем? А. Энергоэффективность Б. Экономика впечатлений и персонализация

<table>
<tr><td></td><td></td><td>В. Рост комиссий OTA
Г. Снижение требований к качеству сна
Правильный ответ: Б</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия</td><td>1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;
список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например: 1c;2a;3g;4d;5f;6b;7e)</td><td>Вопрос 2.1.
Установите соответствие между видом инновации и конкретным примером из гостиничной практики .<table><tr><td>Колонка А (Вид инновации)</td><td>Колонка Б (Пример)</td></tr><tr><td>1. Продуктовая инновация</td><td>А. Использование роботов для доставки багажа в номер</td></tr><tr><td>2. Процессная инновация</td><td>Б. Запуск нового формата апарт-отелей с кухнями в номерах</td></tr><tr><td>3. Маркетинговая инновация</td><td>В. Проведение гастрономических фестивалей для привлечения локальных гостей</td></tr></table>Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В
Вопрос 2.2.
Установите соответствие между моделью инновационной деятельности и ее характеристикой.<table><tr><td>Колонка А (Модель)</td><td>Колонка Б (Характеристика)</td></tr><tr><td>1. Закрытая модель</td><td>А. Сотрудничество с внешними стартапами, технологическими компаниями, привлечение клиентов к созданию инноваций</td></tr><tr><td>2. Открытая модель</td><td>Б. Разработка инноваций внутри компании (например, R&D-центры крупных сетей)</td></tr><tr><td>3. Партнерская модель</td><td>В. Совместные проекты с локальными брендами, поставщиками, образовательными учреждениями</td></tr></table>Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</td><td>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать</td><td>Вопрос 3.1.
Какие из перечисленных технологий относятся к инновациям в гостиничном бизнесе 2025-2026 годов?
А. Чат-боты на базе искусственного интеллекта для поддержки гостей
Б. Биометрические технологии (распознавание лиц для заселения)
В. Печатные буклеты с информацией об отеле
Г. Интернет вещей (IoT) в "умных номерах"
Д. Роботизированная доставка багажа и еды
Правильные ответы: А, Б, Г, Д</td></tr>
</table>

	предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, **1**; **3**; **4**; **5** и **A; C**; **D**)	**Вопрос 3.2.** Какие факторы способствуют успешному распространению инноваций в гостиничных сетях? • А. Готовность рынка к новым технологиям • Б. Наличие ресурсов для внедрения и масштабирования • В. Жесткое сопротивление изменениям со стороны персонала • Г. Поддержка со стороны лидеров отрасли • Д. Адаптация инноваций к локальным условиям *Правильные ответы:* А, Б, Г, Д
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, **F**; **N**; **K**; **I**; **E**; **B**	**Вопрос 4.1.** Установите последовательность этапов внедрения инновации в гостиничном предприятии. 1. Масштабирование успешного решения на всю сеть 2. Анализ потребностей рынка и идентификация проблемы 3. Пилотное тестирование инновации в одном или нескольких отелях 4. Разработка или выбор инновационного решения 5. Оценка эффективности пилотного проекта и корректировка *Правильная последовательность:* 2 → 4 → 3 → 5 → 1 **Вопрос 4.2.** Расположите в хронологическом порядке появление следующих инноваций в гостиничной индустрии. 1. Внедрение систем управления доходами на основе искусственного интеллекта 2. Появление первых гостиничных цепей и стандартизация услуг 3. Развитие онлайн-тревел-агентств (OTA) и метапоисковиков 4. Запуск программ лояльности с использованием больших данных *Правильная последовательность:* 2 → 3 → 4 → 1
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ.	Вопрос 5.1. Отель внедряет систему сбора и анализа больших данных (Big Data) для персонализации предложений гостям. К какому виду инноваций относится это внедрение? А. Продуктовая инновация Б. Процессная инновация В. Маркетинговая инновация Г. Организационная инновация *Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.* *Правильный ответ:* В (Маркетинговая инновация) *Обоснование:* Использование Big Data для персонализации предложений относится к маркетинговым инновациям, так как оно направлено на совершенствование взаимодействия с клиентами, повышение эффективности коммуникаций и

	4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – В	увеличение продаж за счет более точного понимания потребностей гостей . Вопрос 5.2. Гостиничная сеть заключает соглашение с технологическим стартапом о совместной разработке приложения для бесконтактного заселения. Какую модель инновационной деятельности использует компания? А. Закрытая модель Б. Открытая модель В. Партнерская модель Г. Имитационная модель *Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.* *Правильный ответ:* В (Партнерская модель) *Обоснование:* Сотрудничество с внешним стартапом для совместной разработки инновационного продукта является примером партнерской модели, когда компания не разрабатывает решение полностью самостоятельно (закрытая модель), а привлекает внешнего партнера с необходимыми компетенциями
Задание открытого типа с развернутым ответом	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	**Вопрос 6.1.** Назовите основные виды инноваций в гостиничном бизнесе и приведите по одному примеру каждого вида. *Краткий ответ:* Основные виды инноваций: 1) продуктовые — создание новых услуг или продуктов (новый формат апарт-отелей с кухнями в номерах); 2) процессные — изменение способов оказания услуг (мобильные ключи, роботизированная доставка); 3) маркетинговые — новые подходы к продвижению и взаимодействию с клиентами (персонализация на основе Big Data, программы лояльности); 4) организационные — изменения в структуре управления и взаимодействия подразделений (создание межфункциональных команд для разработки новых концепций) . **Вопрос 6.2.** Чем открытая модель инновационной деятельности отличается от закрытой модели? *Краткий ответ:* Закрытая модель предполагает разработку инноваций исключительно внутренними силами компании (R&D-центры крупных гостиничных сетей), что обеспечивает полный контроль, но требует значительных ресурсов и замедляет разработку. Открытая модель основана на сотрудничестве с внешними разработчиками, стартапами, привлечении клиентов к созданию инноваций (краудсорсинг), что ускоряет разработку и снижает затраты, но требует управления интеллектуальной собственностью и координации с внешними партнерами . **Вопрос 6.3.** Какие технологические инновации становятся нормой в гостиничном бизнесе 2025-2026 годов? *Краткий ответ:* В 2025-2026 годах нормой становятся: 1) мобильные ключи и бесконтактное заселение; 2) чат-боты на базе ИИ для поддержки гостей; 3) персонализированные предложения в реальном времени на основе анализа данных; 4) автоматизация управления доходами с использованием искусственного интеллекта; 5) интернет вещей (IoT) в "умных номерах" (управление освещением, температурой через приложение); 6) роботизация отдельных процессов (доставка, уборка) .

		Вопрос 6.4. Почему для успешного распространения инноваций важна их адаптация к локальным условиям? Приведите пример. *Краткий ответ:* Адаптация инноваций к локальным условиям необходима, потому что культурные особенности, законодательство, инфраструктура и потребительские предпочтения различаются в разных странах и регионах. Инновация, успешно работающая в одной стране, может не найти отклика в другой без соответствующей адаптации. Пример: международные гостиничные сети адаптируют свои стандарты питания и анимации для российского рынка с учетом локальных вкусов и традиций

Тема. Мировой рынок гостиничных и туристических услуг

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ЗАДАНИЕ С КЛЮЧАМИ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например: 1-a; 2-b; 3-a)	**Вопрос 1.1.** Какая гостиничная корпорация владеет более чем 30 брендами, включая премиальные Ritz-Carlton и доступные Courtyard by Marriott? А. Hilton Worldwide Б. Marriott International В. Hyatt Hotels Corporation Г. Accor *Правильный ответ: Б* **Вопрос 1.2.** Какой регион демонстрирует наибольший рост спроса на качественное размещение и развитие премиального сегмента гостиничных резиденций? А. Европа Б. Северная Америка В. Азия и Ближний Восток Г. Австралия *Правильный ответ: В* **Вопрос 1.3.** Сколько миллиардов долларов, по прогнозам, достигнет объем выручки мирового гостиничного бизнеса по итогам 2025 года? А. Примерно $500 млрд Б. Около $730 млрд В. Способен достичь $1 трлн Г. Более $2 трлн *Правильный ответ: В* **Вопрос 1.4.** Какой процент бронирований в сети Marriott в 2024 году осуществляли участники программы лояльности Marriott Bonvoy? А. 35% Б. 45% В. 55% Г. 65% *Правильный ответ: Г*

<table>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление соответствия</td>
<td>1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;
список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например: 1c;2a;3g;4d;5f;6b;7e)</td>
<td>Вопрос 2.1.
Установите соответствие между гостиничной корпорацией и ее ключевой стратегией развития .
<table>
<tr><th>Колонка А (Корпорация)</th><th>Колонка Б (Стратегия)</th></tr>
<tr><td>1. Marriott International</td><td>А. Интенсивное расширение через слияния и поглощения, приобретение сети Two Roads Hospitality</td></tr>
<tr><td>2. Hilton Worldwide</td><td>Б. Владение более чем 30 брендами, объединение программ лояльности под брендом Marriott Bonvoy</td></tr>
<tr><td>3. Hyatt Hotels Corporation</td><td>В. Активное развитие бюджетной сети Hampton by Hilton, внедрение цифровых ключей</td></tr>
</table>
Правильный ответ: 1-Б, 2-В, 3-А
Вопрос 2.2.
Установите соответствие между онлайн-платформой и ее бизнес-моделью .
<table>
<tr><th>Колонка А (Платформа)</th><th>Колонка Б (Бизнес-модель)</th></tr>
<tr><td>1. Booking Holdings</td><td>А. Формат шеринга с уникальными предложениями (виллы, замки, дома на колесах)</td></tr>
<tr><td>2. Airbnb</td><td>Б. Партнерские отношения с множеством гостиниц и владельцев частных апартаментов</td></tr>
<tr><td>3. Expedia Group</td><td>В. Агрегатор туристических услуг, включая бронирование отелей, авиабилетов, экскурсий</td></tr>
</table>
Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В</td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</td>
<td>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</td>
<td>Вопрос 3.1.
Какие тенденции характерны для современного мирового гостиничного рынка?
• А. Расширение портфеля брендов для охвата разных ценовых сегментов
• Б. Отказ крупных брендов от владения гостиницами в пользу франчайзинга и управления
• В. Снижение значимости программ лояльности
• Г. Рост популярности бутик-отелей и апарт-отелей
• Д. Создание экосистем, где путешественник может решить все задачи в одном цифровом пространстве
Правильные ответы: А, Б, Г, Д</td>
</tr>
</table>

	3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, **1**; **3**; **4**; **5** и **A; C**; **D**)	**Вопрос 3.2.** Какие риски для мирового гостиничного рынка выделяют эксперты? • А. Замедление роста глобальной экономики • Б. Ускорение инфляции и ослабление потребительского спроса • В. Снижение популяр международных поездок • Г. Высокие процентные ставки, уменьшающие доступность кредитов • Д. Ужесточение правил краткосрочной аренды в популярных городах *Правильные ответы:* А, Б, Г, Д
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, **F**; **N**; **K**; **I**; **E**; **B**	**Вопрос 4.1.** Установите последовательность этапов развития бизнес-моделей крупных гостиничных корпораций. 1. Создание экосистем, объединяющих бронирование, лояльность, дополнительные услуги 2. Формирование первых гостиничных цепей с едиными стандартами 3. Развитие франчайзинга и договоров управления как основных моделей расширения 4. Глобальная экспансия и приобретение конкурентов для расширения портфеля брендов *Правильная последовательность:* 2 → 3 → 4 → 1 **Вопрос 4.2.** Расположите регионы по степени увеличения их доли на мировом гостиничном рынке (от наименьшей к наибольшей). 1. Азиатско-Тихоокеанский регион 2. Европа 3. Северная Америка 4. Ближний Восток *Правильная последовательность:* 4 → 2 → 3 → 1 (учитывая, что АТР демонстрирует быстрый рост, но пока уступает Северной Америке по объему)
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ.	Вопрос 5.1. Гостиничная сеть Hyatt приобрела компанию Two Roads Hospitality с брендами Thompson и Joie de Vivre. Какую цель преследовало это приобретение? А. Выход на рынок Азии Б. Развитие бюджетного сегмента В. Выход на рынок бутик-отелей и усиление присутствия в lifestyle-сегменте Г. Объединение программ лояльности *Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.* *Правильный ответ:* В *Обоснование:* Приобретение Two Roads Hospitality дало Hyatt доступ к портфелю бутик-отелей и lifestyle-брендов, что позволило компании расширить присутствие в быстрорастущем

	4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – В	сегменте отелей с уникальным дизайном и атмосферой, ориентированных на молодую аудиторию . Вопрос 5.2. Booking Holdings и Airbnb активно развивают сервисы Experiences (бронирование экскурсий, мастер-классов, билетов). Какая общая тенденция рынка стоит за этим? А. Стремление увеличить комиссии Б. Создание экосистем, где путешественник может решить все задачи в одном пространстве В. Уход от основного бизнеса бронирования жилья Г. Конкуренция с туристическими агентствами *Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.* *Правильный ответ:* Б *Обоснование:* Развитие дополнительных сервисов отражает общий тренд индустрии — создание экосистем, в которых путешественник может не только забронировать жилье, но и спланировать досуг, купить билеты, заказать экскурсии, не покидая платформу. Это повышает лояльность и увеличивает долю клиента в общих расходах на путешествие .
Задание открытого типа с развернутым ответом	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	**Вопрос 6.1.** Какие стратегии используют крупнейшие гостиничные корпорации (Marriott, Hilton, Hyatt) для завоевания лидерства на мировом рынке? *Краткий ответ:* Крупнейшие корпорации используют следующие стратегии: 1) расширение портфеля брендов для охвата всех ценовых сегментов — от премиальных до экономичных; 2) развитие мощных программ лояльности (Marriott Bonvoy, Hilton Honors, World of Hyatt) для удержания клиентов; 3) активное развитие цифровых сервисов (мобильные приложения, бесконтактные технологии); 4) экспансия в растущие регионы (Азия, Ближний Восток); 5) развитие гостиничных резиденций для диверсификации доходов; 6) переход от владения отелями к франчайзингу и управлению . **Вопрос 6.2.** Как онлайн-платформы (Booking, Airbnb) влияют на традиционный гостиничный бизнес? *Краткий ответ:* Онлайн-платформы оказывают значительное влияние: 1) они стали основным каналом продаж для многих отелей, что усилило зависимость от их комиссионной политики; 2) развитие формата шеринга (Airbnb) создало альтернативу традиционному размещению; 3) платформы расширяют функционал, включая бронирование экскурсий и дополнительных услуг, превращаясь в экосистемы; 4) они вынуждают отели развивать прямые каналы продаж и программы лояльности для снижения зависимости; 5) платформы собирают огромные объемы данных о предпочтениях путешественников . **Вопрос 6.3.** Назовите основные риски для мирового гостиничного рынка в 2025-2026 годах. *Краткий ответ:* Основные риски: 1) замедление глобального экономического роста и снижение потребительского спроса; 2) высокая инфляция и рост операционных расходов; 3) высокие процентные ставки, ограничивающие доступность кредитов для

		строительства и рефинансирования; 4) ужесточение регулирования краткосрочной аренды (Airbnb) в популярных городах; 5) геополитическая нестабильность, влияющая на международный туризм; 6) колебания валютных курсов . **Вопрос 6.4.** Какие форматы размещения набирают популярность на мировом рынке и почему? *Краткий ответ:* Набирают популярность: 1) бутик-отели — небольшие дизайнерские отели с уникальной атмосферой и персонализированным сервисом; 2) апарт-отели — формат, сочетающий гостиничный сервис с удобствами квартиры (кухня, гостиная), востребованный для длительного проживания; 3) гостиничные резиденции — часть номеров передается в собственность и управляется под единым брендом; 4) эко-отели и глэмпинги — растущий спрос на устойчивый и аутентичный отдых на природе

Тема. Государственное регулирование инновационной деятельности

ТИП ЗАДАНИЯ	**СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ**	**ЗАДАНИЕ С КЛЮЧАМИ**
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например: 1-a; 2-b; 3-a)	**Вопрос 1.1.** Какую роль выполняют государственные стандарты и сертификация (например, "зеленые" стандарты LEED, BREEAM) в гостиничном бизнесе? А. Только усложняют ведение бизнеса Б. Инструмент продвижения инноваций и подтверждения качества услуг В. Исключительно маркетинговый ход без реального содержания Г. Замена внутренним стандартам отеля *Правильный ответ: Б* **Вопрос 1.2.** Что относится к инструментам государственной поддержки инновационных кластеров в туризме? А. Запрет на деятельность иностранных компаний Б. Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа с налоговыми льготами В. Обязательная сертификация всех инноваций Г. Квотирование номерного фонда *Правильный ответ: Б* **Вопрос 1.3.** Какой баланс необходимо соблюдать при регулировании использования больших данных (Big Data) в гостиничном маркетинге? А. Между сбором максимального объема данных и минимальными затратами Б. Между эффективностью персонализации и приватностью гостей В. Между скоростью обработки и точностью анализа Г. Между автоматизацией и человеческим участием *Правильный ответ: Б*

<table>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>Вопрос 1.4.
Какая национальная премия способствует выявлению и тиражированию лучших инновационных практик в российском туризме?
А. "Золотая маска"
Б. "Национальная туристическая премия"
В. "Тэфи"
Г. "Хрустальный глобус"
Правильный ответ: Б</td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление соответствия</td>
<td>1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;
список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например: 1c;2a;3g;4d;5f;6b;7e)</td>
<td>Вопрос 2.1.
Установите соответствие между направлением государственного регулирования и его содержанием.
<table>
<tr><td>Колонка А (Направление)</td><td>Колонка Б (Содержание)</td></tr>
<tr><td>1. Стандартизация и сертификация</td><td>А. Разработка требований к доступной среде, экологичности, качеству услуг</td></tr>
<tr><td>2. Кластерная поддержка</td><td>Б. Создание особых экономических зон с налоговыми льготами</td></tr>
<tr><td>3. Регулирование Big Data</td><td>В. Защита персональных данных, ограничение сбора информации</td></tr>
</table>
Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В
Вопрос 2.2.
Установите соответствие между страной/регионом и примером регулирования шеринг-экономики.
<table>
<tr><td>Колонка А (Страна)</td><td>Колонка Б (Мера регулирования)</td></tr>
<tr><td>1. Барселона (Испания)</td><td>А. Введение ограничений на краткосрочную аренду квартир для сдерживания роста цен на недвижимость</td></tr>
<tr><td>2. Париж (Франция)</td><td>Б. Требование регистрации и уплаты туристического налога для владельцев жилья на Airbnb</td></tr>
<tr><td>3. Берлин (Германия)</td><td>В. Запрет на аренду целых квартир через платформы без специального разрешения</td></tr>
</table>
Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В</td>
</tr>
</table>

Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, **1**; **3**; **4**; **5** и **A; C**; **D**)	**Вопрос** **3.1.** Какие меры государственной поддержки инноваций в туризме существуют в России? • А. Национальный проект "Туризм и индустрия гостеприимства" • Б. Грантовые программы для стартапов в сфере TravelTech • В. Запрет на использование иностранного программного обеспечения • Г. Субсидирование процентных ставок по кредитам для строительства отелей • Д. Поддержка кластерных инициатив и особых экономических зон *Правильные ответы:* А, Б, Г, Д **Вопрос** **3.2.** Какие аспекты использования больших данных и искусственного интеллекта требуют государственного регулирования? • А. Сбор и хранение персональных данных гостей • Б. Использование биометрических данных (распознавание лиц) • В. Автоматизация бухгалтерского учета • Г. Обеспечение кибербезопасности информационных систем • Д. Предотвращение дискриминации при алгоритмическом ценообразовании *Правильные ответы:* А, Б, Г, Д
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, **F**; **N**; **K**; **I**; **E**; **B**	**Вопрос** **4.1.** Установите последовательность этапов развития государственного регулирования шеринг-экономики (Airbnb) в мире. 1. Полное отсутствие регулирования, стихийный рост платформ 2. Введение обязательной регистрации и уплаты туристического налога 3. Ограничения на краткосрочную аренду в популярных городах 4. Поиск баланса между развитием инноваций и защитой интересов местных жителей *Правильная последовательность:* 1 → 2 → 3 → 4 **Вопрос** **4.2.** Расположите этапы формирования инновационного территориального кластера в туризме. 1. Привлечение инвесторов и развитие инфраструктуры 2. Определение туристического потенциала территории 3. Создание управляющей компании кластера 4. Разработка стратегии развития и бренда территории *Правильная последовательность:* 2 → 4 → 3 → 1
Задание комбиниров	1.Внимательно прочитать текст	Вопрос 5.1. В городе N вводятся ограничения на краткосрочную аренду

анного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – В	жилья через платформы типа Airbnb. Какова основная цель таких ограничений? А. Поддержка крупных гостиничных сетей Б. Сдерживание роста цен на недвижимость и улучшение условий для местных жителей В. Увеличение налоговых поступлений Г. Запрет иностранных технологий *Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.* *Правильный ответ:* Б *Обоснование:* Основная цель ограничений на краткосрочную аренду в популярных туристических городах (Барселона, Берлин, Париж) — сдерживание роста цен на жилье и сохранение доступности квартир для местных жителей, так как массовый выкуп жилья под туристическую аренду ведет к дефициту и удорожанию недвижимости . Вопрос 5.2. Отель планирует внедрить систему распознавания лиц для ускорения заселения гостей. Какое требование государства должно быть выполнено в первую очередь? А. Получение разрешения от местных властей на установку камер Б. Обеспечение защиты персональных и биометрических данных и получение согласия гостей В. Уведомление конкурентов о внедрении инновации Г. Покупка оборудования только у отечественных производителей *Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.* *Правильный ответ:* Б *Обоснование:* Использование биометрических данных (распознавание лиц, отпечатки пальцев) подлежит строгому регулированию в сфере защиты персональных данных. Отель обязан обеспечить безопасность хранения и обработки таких данных, а также получить информированное согласие гостей на их сбор и использование
Задание открытого типа с развернутым ответом	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	**Вопрос 6.1.** Какую роль играют государственные стандарты (например, "зеленые" стандарты, стандарты доступной среды) в развитии инноваций в гостиничном бизнесе? *Краткий ответ:* Государственные стандарты выполняют несколько функций: 1) задают ориентиры для внедрения инноваций (например, экологические стандарты стимулируют разработку энергоэффективных технологий); 2) создают единые требования, упрощающие сертификацию и сравнение отелей; 3) повышают доверие потребителей к инновационным решениям, подтвержденным сертификацией; 4) способствуют распространению лучших практик через обязательные требования (например, доступная среда) . **Вопрос 6.2.** Каковы преимущества кластерного подхода в развитии туристских территорий? *Краткий ответ:* Преимущества кластерного подхода: 1) синергия бизнеса, образования и власти, позволяющая эффективно развивать территорию; 2) концентрация ресурсов

		на приоритетных направлениях; 3) создание единого туристического продукта и бренда территории; 4) развитие инфраструктуры за счет государственно-частного партнерства; 5) налоговые льготы и преференции для резидентов кластера; 6) привлечение инвестиций и создание новых рабочих мест . **Вопрос 6.3.** Как государство может поддерживать развитие инновационных компетенций у руководителей гостиничных предприятий? *Краткий ответ:* Государственная поддержка включает: 1) образовательные гранты и стажировки для руководителей за рубежом; 2) программы повышения квалификации в сфере цифровых технологий и инновационного менеджмента; 3) софинансирование корпоративных программ обучения; 4) поддержка сотрудничества вузов и бизнеса (базовые кафедры, практико-ориентированное обучение); 5) организацию профессиональных конкурсов и премий для выявления лучших практик . **Вопрос 6.4.** С какими вызовами сталкивается государственное регулирование шеринг-экономики (Airbnb) в туризме? *Краткий ответ:* Основные вызовы: 1) необходимость найти баланс между поддержкой инновационных бизнес-моделей и защитой интересов местных жителей; 2) обеспечение уплаты налогов и сборов участниками шеринг-экономики; 3) регулирование качества и безопасности услуг, предоставляемых частными лицами; 4) предотвращение негативных последствий для рынка жилья (рост цен, дефицит); 5) адаптация устаревшего законодательства к новым форматам бизнеса; 6) гармонизация правил на разных уровнях (муниципальном, региональном, национальном)

Тема. Инновационный гостиничный маркетинг и менеджмент

ТИП ЗАДАНИЯ	**СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ**	**ЗАДАНИЕ С КЛЮЧАМИ**
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного	**Вопрос 1.1.** Что такое SERM (Search Engine Reputation Management) в гостиничном маркетинге? А. Управление отзывами на платформах бронирования Б. Управление репутацией в поисковых системах, формирование видимости позитивных материалов В. Система скидок для постоянных гостей Г. Программа лояльности для сотрудников отеля *Правильный ответ: Б* **Вопрос 1.2.** Какой расширенный комплекс маркетинга рекомендуется использовать для предприятий сферы услуг, включая гостиницы? А. 4P (Product, Price, Place, Promotion) Б. 5P (4P + People) В. 7P (4P + People, Process, Physical evidence) Г. 8P (7P + Partnership)

<table>
<tr>
<td></td>
<td>варианта ответа (например: 1-a; 2-b; 3-a)</td>
<td>
Правильный ответ: В
Вопрос 1.3.
Что относится к дополнительному доходу (ancillary revenue) в гостиничном бизнесе?
А. Только доход от продажи номеров
Б. Доход от питания, спа, экскурсий, трансферов, парковки
В. Только доход от конференц-услуг
Г. Доход от штрафов за курение в номерах
Правильный ответ: Б
Вопрос 1.4.
Какой тренд гостиничного маркетинга 2026 года предполагает ведение всех коммуникаций с гостем в единой системе с согласованными ценностями и ценами?
А. Экоосознанность
Б. Омниканальность
В. Работа с "серебряной" аудиторией
Г. Стратегические партнерства
Правильный ответ: Б
</td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление соответствия</td>
<td>1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;
список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например: 1c;2a;3g;4d;5f;6b;7e)</td>
<td>
Вопрос 2.1.
Установите соответствие между инновационной концепцией маркетинга и ее сущностью .
<table>
<tr><td>Колонка А (Концепция)</td><td>Колонка Б (Сущность)</td></tr>
<tr><td>1. Сенсорный маркетинг</td><td>А. Воздействие на органы чувств гостя (запах, звук, тактильные ощущения) для создания уникального впечатления</td></tr>
<tr><td>2. Омниканальный маркетинг</td><td>Б. Единая система коммуникаций с согласованными ценностями и ценами во всех каналах</td></tr>
<tr><td>3. ESG-маркетинг</td><td>В. Интеграция принципов устойчивого развития, заботы об экологии и местном сообществе в маркетинговые коммуникации</td></tr>
</table>
Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В
Вопрос 2.2.
Установите соответствие между типом контента и его характеристикой .
<table>
<tr><td>Колонка А (Тип контента)</td><td>Колонка Б (Характеристика)</td></tr>
<tr><td>1. UGC (User Generated Content)</td><td>А. Контент, созданный сотрудниками отеля (закулисье работы, рассказы о процессах)</td></tr>
<tr><td>2. EGC (Employee</td><td>Б. Контент, созданный гостями (живые фотографии, сторис, отзывы)</td></tr>
</table>
</td>
</tr>
</table>

		Generated Content) | 3. Брендированный контент | B. Профессионально созданные материалы от имени отеля *Правильный ответ:* 1-Б, 2-А, 3-В
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, **1**; **3**; **4**; **5** и **A; C**; **D**)	**Вопрос 3.1.** Какие элементы входят в расширенный комплекс маркетинга 7P для гостиничных предприятий? • А. Продукт (Product) • Б. Цена (Price) • В. Прибыль (Profit) • Г. Люди (People) • Д. Процесс (Process) • Е. Физическое окружение (Physical evidence) *Правильные ответы:* А, Б, Г, Д, Е **Вопрос 3.2.** Какие тренды гостиничного маркетинга актуальны в 2026 году? • А. Управление репутацией (SERM и ORM) • Б. Мультимодальная и мультиканальная реклама • В. Отказ от автоматизации в пользу личного общения • Г. Использование EGC и UGC для укрепления доверия • Д. Событийный маркетинг как инструмент возвратности *Правильные ответы:* А, Б, Г, Д
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от	**Вопрос 4.1.** Установите последовательность коммуникации с гостем в рамках омниканального подхода. 1. Пост-коммуникация после выезда (опрос, предложение вернуться) 2. Коммуникация до заезда (письмо с подтверждением, предложение дополнительных услуг) 3. Коммуникация во время проживания (чат в приложении, персонализированные предложения) 4. Процесс бронирования на сайте или через OTA *Правильная последовательность:* 4 → 2 → 3 → 1 **Вопрос 4.2.** Расположите этапы внедрения инновационного маркетинга в гостиничном предприятии. 1. Тестирование выбранных инструментов на ограниченной аудитории 2. Анализ текущей маркетинговой деятельности и выявление проблем 3. Выбор инновационных инструментов, соответствующих целям и бюджету

	задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, **F**; **N**; **K**; **I**; **E**; **B**	4. Оценка результатов и корректировка стратегии 5. Масштабирование успешных решений *Правильная последовательность:* 2 → 3 → 1 → 4 → 5
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – В	Вопрос 5.1. Отель размещает на ресепшн тестеры ароматов для спа-программ, а аромат этих тестеров совпадает с запахом, используемым в спа-зоне. Какой принцип мультимодального маркетинга здесь реализуется? А. Принцип омниканальности Б. Принцип комбинированных триггеров, усиливающих желание попробовать услугу В. Принцип сегментации аудитории Г. Принцип минимализма *Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.* *Правильный ответ:* Б *Обоснование:* Комбинированные триггеры — это сочетание нескольких сенсорных каналов (обоняние, осязание) для усиления эмоционального воздействия и стимулирования интереса к услуге. Запах на ресепшн, совпадающий с ароматом спа-зоны, создает ассоциативную связь и побуждает гостя попробовать услугу . Вопрос 5.2. Гостиничное предприятие внедряет систему автоматизации и сквозной аналитики, собирающую данные о продажах из всех каналов. Какую главную проблему маркетинга решает эта система? А. Недостаток креативных идей Б. Отсутствие понимания, какие услуги реально востребованы и какие каналы работают эффективно В. Высокую стоимость рекламы Г. Низкую квалификацию персонала *Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.* *Правильный ответ:* Б *Обоснование:* Сквозная аналитика позволяет менеджерам видеть объективную картину: какие услуги пользуются спросом, какие каналы продаж приносят наибольшую выручку, как гости взаимодействуют с предложениями. Это позволяет принимать решения на основе фактов, а не интуиции, и инвестировать только в то, что реально работает
Задание открытого типа с развернутым ответом	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.	**Вопрос 6.1.** Что такое сенсорный маркетинг и как он применяется в гостиничном бизнесе? *Краткий ответ:* Сенсорный маркетинг — это инновационная концепция, основанная на воздействии на органы чувств гостя для создания уникального и запоминающегося впечатления. В гостиницах применяется: 1) аромамаркетинг (фирменный запах в лобби, спа-зонах); 2) аудиомаркетинг (специально подобранная музыка, создающая нужную атмосферу); 3) визуальный мерчандайзинг (дизайн, освещение, цветовые решения); 4) тактильные ощущения (качество текстиля,

	4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	материалов); 5) вкусовые впечатления (приветственные напитки, дегустации). Комплекс "Семь чувственных нот гостеприимства" объединяет эти элементы . **Вопрос 6.2.** Каковы преимущества использования контента, созданного гостями (UGC) и сотрудниками (EGC), в гостиничном маркетинге? *Краткий ответ:* UGC (User Generated Content) — живые фотографии и отзывы гостей — воспринимается как достоверное доказательство качества сервиса, формирует доверие и повышает вовлеченность. EGC (Employee Generated Content) — рассказы сотрудников о закулисье работы, подготовке услуг, создании праздничной атмосферы — показывает "лицо" бренда, формирует ощущение близости и подлинности. Оба формата работают на укрепление доверия и повышают вероятность бронирования и повторного визита . **Вопрос 6.3.** Почему событийный маркетинг становится важным инструментом повышения возвратности гостей? *Краткий ответ:* Событийный маркетинг превращает отель из места ночлега в культурный центр и точку притяжения. Мероприятия (гастрономические вечера, концерты, мастер-классы, семейные активности) дают гостю дополнительный повод приехать, а постоянным клиентам — новый стимул вернуться. Регулярные события формируют идентичность отеля и создают постоянный поток гостей, снижая зависимость от сезонных колебаний спроса . **Вопрос 6.4.** Как стратегические партнерства и ESG-подход помогают создавать уникальный продукт без крупных инвестиций? *Краткий ответ:* Партнерства с локальными гидами, мастерами, рестораторами, артистами позволяют обогатить предложение отеля уникальным опытом без значительных капитальных затрат. ESG-подход (экологические и социальные инициативы) добавляет ценности: участие в культурных проектах, поддержка местного сообщества, работа с локальными производителями — все это формирует образ ответственного бизнеса, повышает лояльность и позволяет увеличить средний чек. Такие проекты усиливают позиционирование и создают уникальный продукт, который сложно скопировать конкурентам

Инструкция по выполнению. Выбрать один правильный ответ

Критерии оценивания: • 5 баллов выставляется, если обучающийся ответил правильно на 100-85% заданий теста; • 4 балла выставляется, если обучающийся ответил на 84-69 % заданий; • 3 балла выставляется, если обучающийся ответил на 68-50% заданий; 2 балла выставляется, если обучающийся ответил менее, чем на 50 % заданий.

Контрольная точка в форме диспута (устная).

1. Понятие инновации и её специфическое содержание.
2. Классификация инноваций.
3. Содержание инновационного процесса.
4. Этапы инновационного процесса.
5. Организационные формы инновационной деятельности в туризме.

6. Технополисы и технопарки.
7. Общее понятие об интеллектуальной и промышленной собственности.
8. Средства защиты интеллектуальной и промышленной собственности.
9. Патент как средство правовой защиты интеллектуального продукта.
10. Лицензии: содержание лицензий и их виды.
11. Организация инновационной деятельности в гостиничных предприятиях.
12. Опыт государственной поддержки инновационной деятельности в туризме за рубежом.
13. Меры по государственной поддержки инновационной деятельности в туризме в Российской Федерации.
14. Понятие эффективности инноваций в сервисе.
15. Эффект и его виды.
16. Оценка эффективности инноваций в туризме.
17. Общее понятие о венчурном бизнесе.
18. Развитие венчурного бизнеса за рубежом.
19. Развитие венчурного бизнеса в Российской Федерации.
20. Экономические инструменты развития инновационной деятельности в туризме в Российской Федерации и за рубежом.
21. Содержание целостной системы управления инновациями в туризме.
22. Проектно-целевые группы и предпринимательский подход к их образованию.
23. Формы оплаты лицензионных договоров.
24. Основные направления государственной научно-технической политики в туризме.
25. Сущность и задачи инновационной деятельности в гостиничной и туристической сфере
26. Организация инновационной деятельности на предприятиях туризма и гостеприимства
27. Средства защиты интеллектуального продукта
28. Оценка эффективности инноваций в гостиничном бизнесе

Критерии оценивания:

Представление точки зрения. Оценивается чёткость речи, использование заметок, убедительность предложений, а также владение собой: непринуждённость, установление зрительного контакта с аудиторией, уважительное отношение к оппонентам.

Стратегия выступления. Оценивается организация речи и риторика: тщательность и целенаправленность аргументации, использование времени, убедительные формулировки.

Содержание. Оценивается качество доказательств и эффективность опровержений. Например, логическая и фактическая обоснованность аргументов, защита от контраргументов.

Командная работа. Оценивается сплочённость команды, их поведение: хорошая ли работа вместе, проявление уважения к оппонентам.

Обмен мнениями. Оценивается, предлагали ли участники конструктивные советы оппонентам, с какой вежливостью они делились отзывами.

Глубина поставленных и рассмотренных вопросов. Также важно оценить, насколько верными были ответы и качество этих ответов.

Активность и глубина подготовки отдельных подгрупп, участников и занятия в целом**.**

Контрольная точка - в форме деловой игры (устная).

Вид практического занятия: Деловая игра Тема занятия: выявление и определение приоритетов потребительских ценностей в инновационном продукте/услуге Цель занятия: сформировать практические навыки проведения исследования потребительских предпочтений методом сравнительного ранжирования приоритетов в

разработке нового продукта или услуги. План практического занятия: 1. Освоить методику подготовки материалов для исследования: формулировку функций продукта как потребительских ценностей и их выгод. 2. Провести групповую сессию по сравнению предпочтительности функций, с учетом интересов различных потребительских сегментов. 3. Проанализировать и систематизировать результаты групповой работы, выявив ключевые потребительские запросы и потенциальные конфликты интересов. 4. Оформить итоги в виде протокола с обоснованным приоритетным списком функций и выводами для принятия решений. Практические навыки: проведение исследования потребительских предпочтений, организация групповой дискуссии,

аргументация на основе потребительской ценности, выявление приоритетности задач в условиях ограниченных ресурсов. Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы СР.)

Инновации в ГМУ: от диагностики «якорей» к проектированию решений Вид занятия: Деловая игра Тема: диагностика проблем и «узких мест» в системе предоставления государственных (муниципальных) услуг или в управленческом процессе. Цель: сформировать навыки выявления, структурирования и первичного анализа проблем, воспринимаемых потребителями (гражданами, бизнесом) и внутренними участниками процесса, как основание для проектирования улучшений. План игры: в ходе игры студенты на основе реального кейса моделируют процесс коллективной диагностики проблем. Используя метафору «катера» (сервис) и «якорей»(барьеры), участники в ролевом формате генерируют, фиксируют и структурируют ключевые недостатки выбранного государственного или муниципального процесса. Заключительный этап включает определение приоритетов выявленных проблем и мозговой штурм по поиску возможных решений для их устранения. Практические навыки: навык перевода разрозненных жалоб в систематизированные проблемы; умение анализировать процесс с позиций различных стейкхолдеров; формирование подготовки оснований для проектирования управленческих изменений и инновационных улучшений в публичной сфере. Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы СР)

Деловая игра «Стандарты. Фокус на клиенте». Цель занятия: 1. Развитие креативного мышления – умение находить нестандартные решения в сложных ситуациях. 2. Улучшение коммуникативных навыков – развитие умения эффективно общаться с клиентами и коллегами. 3. Повышение внимательности и наблюдательности – способность замечать изменения и детали в поведении клиента. 4. Понимание важности стандартов обслуживания – осознание роли четких правил и процедур при взаимодействии с клиентами. План практического занятия: 1. Краткое представление целей и задач занятия. 2. Объяснение основных принципов игр и их связи с профессиональной деятельностью. 3. Обсуждение результатов каждой игры. 4. Выводы и рефлексия участников. Практические навыки: участники научатся находить оригинальные способы решения проблем, особенно в условиях ограниченных ресурсов или времени, формирование понимания важности соблюдения и внедрения прозрачных стандартов работы. Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы СР)

Деловая игра Тема занятия: Создание инновационной команды Цель занятия: определение возможной роли в команде инноваторов. План практического занятия: Игра состоит из четырех этапов: 1. Заполнение матрицы для раскрытия потенциала всех участников игры. 2. Личное тестирование проводится по тестам Айзенка (на темперамент) и опросник «Стиль мышления». 3. Игра на формирование мнения 4. Составление плана команды с учетом результатов личного тестирования. Практические навыки: приобретение знаний, касающихся отличительных особенностей инноваций и инновационных процессов при формировании команды инноваторов. Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы СР)

Деловая игра Тема и содержание занятия: Повышение конкурентоспособности муниципалитета. Цель занятия: сформировать практические навыки проведения этапов форсайтисследования, анализа факторов конкурентоспособности и разработки стратегических решений в условиях ограниченных ресурсов и конкуренции за инвестиции и человеческий капитал. Ход игры: участники, разделенные на команды-муниципалитеты, последовательно проходят этапы стратегического планирования. На подготовительном этапе методом краудсорсинга формируется общая карта вызовов и возможностей. Далее каждая команда определяет свой стратегический профиль, выбирая ключевые конкурентные преимущества из классификации факторов. В ходе серии раундов моделирования команды принимают решения об инвестировании условных ресурсов в различные факторы конкурентоспособности, наблюдая за динамикой изменения своих стратегических позиций. Итогом игры является разработка командами дорожных карт по приоритетным направлениям развития своего муниципалитета. Практические навыки: навык структурированного анализа факторов конкурентоспособности территории; умение применять инструменты краудсорсинга и элементы форсайт-исследования для выявления приоритетов; способность к разработке проектных решений и дорожных карт в сфере муниципального управления. Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы СР)

Деловая игра. Тема занятия: Стимулирование инновационной активности и креативного

подхода в органах власти. Цель занятия: отработать инструменты повышения креативности и генерации нестандартных решений на примере конкретных проблем, характерных для сферы государственного и муниципального управления. План занятия: 1. Постановка проблемы. 2. Работа в группах: - Мозговой штурм с правилами толерантности к неопределенности. - Метод «Мыслительные колпаки де Боно» для анализа идей. 3. Рефлексия: Каждая группа представляет: - Список сгенерированных идей. - Прототип одного решения. - Краткий план, как внедрить этот метод стимулирования креативности в реальном ресторане. Практические навыки: получение навыков проведения креативных игр для создания портфеля идей. Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы СР)

Деловая игра. Тема занятия: Определение степени риска при принятии управленческого решения. Цель занятия: предложить инновационные управленческие решения, способствующие развитию муниципалитета. Практические навыки: получение навыков принятия управленческих решений, анализ рисков в деятельности организаций. Содержание занятия: Студенты делятся на две команды, каждая из которых играет роль муниципалитета. Обе организации хотят внедрить решения для поддержки малого бизнеса. Используя заранее подготовленные преподавателем решения, каждому из которых присвоены баллы, студенты должны определить очередность использования этих решений, чтобы выбрать самые оптимальные меры поддержки. Побеждает команда первой набравшая 50 баллов. Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы СР)

Критерии оценивания:

5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно, деловая игра решена верно;

4 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в проведенных расчётах;

3 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог ответить на ключевые вопросы, задаваемые в рамках игры;

2 балла, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, не проведены расчеты в деловой игре.

Контрольная точка в форме коллоквиума (устная).

. 1. Общее понятие об инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства.
2. Функции инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства.
Планирование инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства
3. Организация инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства.
4. Регулирование инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства
5. Мотивация инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства
6. Контроль за инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства
7. Сущность и отличительные черты инноваций в туризме.
8. Особенности применения инноваций в туризме.
9. Важнейшие признаки инноваций, используемые при их классификации.
10. Стратегические и реактивные инновации в туризме.
11. Определение инновационного процесса и его периодизация. особенности реализации инновационного процесса в сфере туризма и гостеприимства. Фазы инновационного процесса.
12. Методы оценки инноваций, используемые на различных фазах инновационного процесса: метод "мозгового штурма" ("мозговой атаки") на фазе выдвижения идей и метод экспертных оценок на фазе отбора идей.
13. Организационные формы и структуры инновационной деятельности в туризме.
14. Проектно-целевые группы по разработке и внедрению инноваций. Венчурные фирмы и венчурные фонды. Технополисы и технопарки, бизнес-инкубаторы.
15. Реализация инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства
16. Разработка и реализация инновационных стратегий в сфере туризма, применяемых на предприятиях туризма и гостеприимства.

17. Наступательные и оборонительные инновационные стратегии.
18. Разработка и реализация инновационных технологий в туризме и гостеприимстве.
19. Общее понятие о промышленной и интеллектуальной собственности.
20. Средства защиты интеллектуальной собственности: патенты и лицензии.
21. Патентное право и его реализация на территории Российской Федерации.
22. Лицензии как средство защиты интеллектуальной собственности
23. Виды лицензий: простая, исключительная и полная. Формы оплаты лицензионных договоров
24. Эффективность инноваций как соотношение результата и затрат, получаемых в ходе осуществления инновационной деятельности.
25. Экономическая эффективность инновационной деятельности. Социальная эффективность инновационной деятельности.
26. Методы оценки инновационной деятельности в туризме и гостеприимстве.
27. Государственная поддержка инновационной деятельности.
28. Государственная поддержка инновационной деятельности в Западной Европе.
29. Государственная поддержка инновационной деятельности в Японии.
30. Государственная поддержка инновационной деятельности в России.

Методические рекомендации:

Обучающийся может подготовить не более двух ответов на вопросы к коллоквиуму. Критерии оценивания одного ответа: 5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно; 4 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса; 3 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты; 2 балла, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете

Контрольная точка - в форме заданий (письменная).

Тема. Инновации и их виды. Модели и формы инновационной деятельности, возможные варианты их распространения

Практическое задание

1. «Карта инноваций отеля». Проанализируйте любой известный гостиничный бренд (например, Hilton, Marriott, citizenM). Выявите и классифицируйте 5-7 конкретных инноваций, внедренных им за последние 5 лет, по видам (продуктовые, процессные, маркетинговые, организационные). Определите, какую модель инновационной деятельности (закрытую, открытую, партнерскую) использовала компания в каждом случае.

Пример выполнения: Карта инноваций Hilton Hotels & Resorts

Инновация	Вид инновации	Модель	Краткое описание
Цифровые ключи (Digital Key)	Процессная	Закрытая + Партнерская	Мобильное приложение позволяет открывать номер со смартфона. Разработано внутренним IT-отделом с привлечением партнеров по разработке ПО .
Приложение Connected Room	Продуктовая + Процессная	Закрытая	Гости управляют освещением, температурой и развлечениями через приложение. Интеграция с IoT .
Программа «Путешествие с	Организационная	Открытая + Партнерская	Стратегия устойчивого развития с привлечением экологических

Инновация	Вид инновации	Модель	Краткое описание
целью» (Travel with Purpose)			организаций и местных сообществ. Партнерство с поставщиками экологичных материалов .
Чат-боты на базе AI для поддержки гостей	Маркетинговая	Открытая	Внедрение AI-решений для автоматического ответа на вопросы. Сотрудничество с технологическими стартапами .
LivSmart Studios (midscale extended-stay)	Продуктовая	Закрытая	Новый бренд для длительного проживания, разработанный на основе анализа рыночных ниш .
Анализ данных для прогнозирования спроса	Процессная	Закрытая	Использование big data и AI для оптимизации ценообразования и управления доходами .
Программа лояльности Hilton Honors	Маркетинговая	Закрытая	Персонализированные предложения на основе истории бронирований и предпочтений гостей .

Вывод: Hilton преимущественно использует закрытую модель для ключевых технологических разработок, но активно привлекает партнеров для специализированных решений и открыт к сотрудничеству в области устойчивого развития и экологических инициатив.

2. «Выбор модели для стартапа». Вы — основатель стартапа, создающего мобильное приложение для персонализированного бронирования экотуров. Проанализируйте плюсы и минусы закрытой и открытой инновационной модели для вашего проекта на этапе разработки и выхода на рынок. Создайте краткую презентацию с обоснованием выбранной вами гибридной стратегии.

Пример выполнения: Презентация «Стратегия инновационного развития стартапа EcoTravel»
Слайд 1. Концепция стартапа

- Мобильное приложение для персонализированного подбора экотуров с учетом предпочтений пользователя (тип отдыха, бюджет, экологические приоритеты).
- Целевая аудитория: миллениалы и поколение Z, 25-45 лет, интересующиеся устойчивым туризмом .

Слайд 2. Сравнение моделей на этапе разработки

Критерий	Закрытая модель	Открытая модель
Скорость разработки	Медленнее	Быстрее за счет готовых решений
Контроль качества	Полный	Ограниченный
Затраты	Высокие	Ниже (использование open-source)
Уникальность	Высокая	Средняя

Слайд 3. Сравнение моделей на этапе выхода на рынок

Критерий	Закрытая модель	Открытая модель
Масштабирование	Ограниченное	Быстрое через партнерства
Адаптация под локальные рынки	Медленная	Гибкая
Привлечение инвестиций	Затруднено	Легче при наличии партнеров

Слайд 4. Гибридная стратегия EcoTravel

Этап	Что делаем закрыто	Что делаем открыто
Разработка MVP	Уникальный алгоритм персонализации, дизайн интерфейса	Использование open-source библиотек для карт, платежных систем
Тестирование	Закрытая бета-группа для сбора обратной связи	Партнерство с 3-5 эко-отелями для пилотных программ
Запуск	Брендинг, уникальный контент	Интеграция с Booking.com, Ostrovok.ru через API
Масштабирование	Развитие собственной CRM и базы лояльности	Партнерства с локальными гидами, эко-сообществами, агрегаторами

Слайд 5. Обоснование гибридной стратегии

- На старте: открытая модель позволяет быстро создать MVP с минимальными затратами.
- На этапе роста: закрытая разработка ключевых алгоритмов (персонализация) создает конкурентное преимущество.
- На этапе масштабирования: партнерства обеспечивают быстрый выход на новые рынки без потери контроля над качеством .

Слайд 6. Риски и их минимизация

- Риск потери контроля над данными → собственное хранилище + шифрование.
- Риск зависимости от партнеров → диверсификация партнерской сети.
- Риск копирования алгоритмов → патентование ключевых решений.

Вывод: Гибридная модель позволяет сочетать гибкость открытых инноваций с защитой ключевых компетенций.

Тема. Мировой рынок гостиничных и туристических услуг

Практическое задание

1. «Анализ рыночного позиционирования». Выберите два конкурирующих сегмента мирового рынка (например, роскошные отели в Юго-Восточной Азии vs. на Ближнем Востоке; или европейские vs. американские хостелы). Проведите сравнительный анализ по 3-4 критериям: целевая аудитория, ценовая политика, ключевые услуги, каналы продвижения. Сделайте вывод о факторах их конкурентоспособности

Пример выполнения: Сравнительный анализ люкс-отелей Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока

Критерий	Юго-Восточная Азия (Таиланд, Вьетнам, Индонезия)	Ближний Восток (ОАЭ, Катар, Саудовская Аравия)
Целевая аудитория	Индивидуальные туристы (35-55 лет), ищущие аутентичный опыт, wellness-туризм, йога-ретриты. Пары и семьи с высоким доходом .	Международные бизнес-туристы, сверхсостоятельные путешественники, семьи из Европы и Азии, ищущие роскошь и развлечения .
Ценовая политика	Премиум, но доступный luxury ($300-800/ночь). Высокая ценовая эластичность в зависимости от сезона. Акцент на ценность (value for money).	Ультра-премиум ($800-3000/ночь). Стабильно высокие цены круглый год. Акцент на эксклюзивность и статус.
Ключевые услуги	Спа-программы, йога, детокс, органическое питание, экскурсии к природным достопримечательностям, локальная аутентичность .	Частные пляжи, персональные батлеры, мишленовские рестораны, эксклюзивный шопинг, вертолетные трансферы, яхты .
Каналы продвижения	TripAdvisor, Instagram, блогеры-тревел-эксперты, партнерства с авиакомпаниями, прямые продажи через сайт. Акцент на UGC-контент .	Luxury-агенты, GDS, закрытые клубы, эксклюзивные мероприятия, партнерства с люксовыми брендами (авто, часы, мода).

Факторы конкурентоспособности Юго-Восточной Азии:

- Уникальное сочетание природных ресурсов и аутентичной культуры.
- Относительно низкая стоимость рабочей силы и операционных затрат.
- Гибкость в адаптации под индивидуальные запросы.

Факторы конкурентоспособности Ближнего Востока:

- Масштабные государственные инвестиции в инфраструктуру и туристические мегапроекты .
- Высокий уровень сервиса и технологичности (биометрия, роботы).
- Привлекательность для бизнес-туризма благодаря выгодному географическому положению.

Вывод: Конкурентоспособность в разных регионах строится на разных основаниях: в Азии — на аутентичности и природе, на Ближнем Востоке — на инфраструктуре, технологиях и эксклюзивности.

2. «Кризисный сценарий». Смоделируйте ситуацию: из-за глобального кризиса резко упал спрос на деловой туризм в Европе, но вырос спрос на внутренний туризм в вашей стране. Какой сегмент гостиничного рынка (бизнес-отели, апарт-отели, курорты и т.д.) пострадает больше всего, а какой получит преимущество? Разработайте 3-4 конкретных рекомендации для менеджмента отеля из «проигрывающего» сегмента по адаптации к новым условиям

Пример выполнения: Адаптация бизнес-отеля к новым условиям
Исходные данные:

- Бизнес-отель в центре Москвы, 150 номеров, конференц-залы, ресторан.
- Обычная загрузка: 80% в будни (командировки, конференции), 40% в выходные.
- Падение делового туризма на 50%, рост внутреннего туризма на 30%.

Пострадавший сегмент: бизнес-отели в крупных городах, ориентированные на корпоративных клиентов.
Выигрывающий сегмент: курортные отели, апарт-отели для длительного проживания, глэмпинги.
Рекомендации для менеджмента бизнес-отеля:

Рекомендация	Конкретные шаги	Ожидаемый эффект
Переориентация на внутренних туристов	Разработка пакетов «Городской уикенд» (проживание + завтрак + экскурсия + спа). Специальные предложения для семей с детьми (детские кроватки, анимация по выходным). Скидки при длительном проживании (long-stay) .	Рост загрузки в выходные до 60-70%.
Развитие MICE-сегмента внутри страны	Привлечение российских компаний для проведения конференций, тимбилдингов, стратегических сессий. Разработка пакетов для корпоративных мероприятий с включением культурной программы.	Компенсация потерь от падения международного MICE.
Конверсия части номеров в апартаменты	Переоборудование 20-30% номеров в формат «номер с кухней» для long-stay гостей (командированные на длительный срок, релоканты).	Привлечение нового сегмента, рост средней длительности проживания.
Коллаборации с локальными бизнесами	Партнерство с ресторанами (спецпредложения для гостей), театрами (пакет «Ночь в театре»), музеями (совместные экскурсии), такси (трансферы). Создание карты гостя со скидками в партнерских точках .	Повышение привлекательности отеля для туристов, дополнительный доход.
Усиление онлайн-присутствия и работа с отзывами	Активизация работы с UGC-контентом, публикация живых фото гостей, ответы на отзывы, SEO-оптимизация под запросы внутренних туристов .	Рост прямых бронирований, снижение зависимости от OTA.

Вывод: Даже в кризисной ситуации отель может адаптироваться, переориентировав продуктовую линейку и маркетинговые усилия на новые сегменты спроса. Гибкость, анализ данных и партнерства становятся ключевыми факторами выживания.

Практическое занятие 1. Вид практического занятия: Практическое занятие Тема занятия: Патентно-информационный поиск и анализ инновационных тенденций в сфере ресторанного бизнеса. Цель занятия: сформировать практические навыки проведения патентного и научно-информационного поиска для выявления актуальных технологий, сервисов и управленческих решений (цифровых и социальных инноваций), применяемых в государственном и муниципальном управлении. План практического занятия: 1. Освоить методику работы с профессиональными базами данных и патентными ресурсами. 2. Провести комплексный поиск информации об инновационных решениях в сфере ГМУ за последние 2-3 года. 3. Проанализировать и систематизировать найденные решения, разработав управленческую классификацию. 4. Оформить результаты в виде аналитического отчета с выводами о перспективных направлениях. Практические навыки: выявление особенностей инновационной деятельности в государственном и муниципальном управлении, а также специфики инновационных проектов в России и за рубежом. Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы - 2 а.ч.)

Практическое занятие 2. Вид практического занятия: Практическая работа. Тема занятия: Матрица расхождений индивидуальных и групповых решений. Цель занятия: освоить методику, позволяющую выбирать оптимальные способы решения профессиональных задач. План

практического занятия: 1. Студенты формулируют индивидуальные инновационные предложения для кейса «Новый микрорайон муниципалитета». 2. Студенты рандомно распределяются по группам и обсуждают свои решения в коллективе. 3. Студенты выбирают лучшие предложения по методике матриц расхождений (стратегия минимизации отклонений). 4. Выбрав лучшее решение, студенты осуществляют презентацию своего выбора. 5. Структура презентации: - Титульный слайд - Слайды с перечислением предложений каждого проекта (с указанием автора) - Четвёртый слайд - матрица расхождения. - Пятый слайд с выводами, как выбранные командой решения должны повлиять на проект в целом. Возможные негативные последствия Практические навыки: поиск и анализ научно-технической информации в профессиональной сфере. Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы СР)

Практическое занятие 3. Вид практического занятия: Практическое занятие Тема занятия: создание инфографики государственной услуги с помощью искусственного интеллекта Цель занятия: рассмотреть методы и приемы создания инфографики, с учетом особенностей восприятия целевых групп Практические навыки: приобретение навыков работы по использованию сервисов мультимедийного контента; приобретение навыков составления промтов для GPT-чатов. Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы 2 а.ч.)

Практическое занятие 4. Вид практического занятия: Практическое занятие Тема занятия: Построение дерева целей. Цель занятия: формирование навыков по анализу плана стратегического развития и составления дерева с формированием целей и подцелей этого плана. План практического занятия: 1. Записать основные понятия и алгоритм построения дерева целей; 2. Зарисовать схему дерева целей; 3. Построить схему дерева целей 4. Сделать вывод Практические навыки: формирование навыков составления модели, которая позволяет упорядочить и объединить цели в единый комплекс. Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы СР)

Практическое занятие 5. Вид практического занятия: Практическое занятие Тема и содержание занятия: Подбор стратегии развития на основании матрицы БКГ Цель занятия: освоение инструмента стратегического планирования экономического развития — матрицы Бостонской консалтинговой группы (БКГ), понимание принципов её использования для анализа текущих и перспективных направлений, а также разработка стратегических рекомендаций на основе проведенного анализа. План практического занятия: изучение принципов построение матрицы, выполнение индивидуального задания с целью определения стратегии развития организации, построение матрицы по полученным результатам. Практические навыки: применение инструментов стратегического анализа Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы СР).

Практическое занятие 6. Вид практического занятия: Практическое занятие Тема занятия: Анализ инновационных решений «Лучшая муниципальная практика». Цель занятия: Изучить наиболее эффективные муниципальные нововведения. План занятия: Изучение сборника «Лучшая муниципальная практика», анализ самых интересных – с точки зрения студента – инициатив. Практические навыки: Развитие навыка аналитического анализа инновационных инициатив в сфере государственного и муниципального управления. Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы 2 а.ч.)

Практическое занятие 7. Вид практического занятия: Практическое занятие. Тема занятия: Метод фокальных объектов. Цель занятия: рассмотреть методы и приемы поиска идей в неожиданных направлениях, отслеживать динамику внешней среды противоположным взглядом, развить диалектику мышления Содержание занятия: 1. Определение объекта изменения / обновления фокального объекта. 2. Выбор случайных объектов. 3. Определение параметров случайных объектов, отобранных на шаге 2. 4. Связывание найденных на шаге 3 параметров с фокальным объектом. 5. Поиск ассоциативных решений конкретной проблемы по аналогии с полученными на шаге 4 соотношениями. 6. Формулировка отобранных на шаге 5 идей в виде готовых решений. Практические навыки: применение современных форм активизации творческого мышления для создания конкурентоспособных услуг. Продолжительность занятия – 2 а.ч. (для очно-заочной формы СР)

Критерии оценивания. «отлично» – студент правильно выполнил задание. Показал отличные владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы; «хорошо» – студент

выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов; «удовлетворительно» – студент выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено много неточностей; «неудовлетворительно» – при выполнении задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неточностей

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Примерный список тем рефератов:

1. Организация инновационной деятельности на предприятиях туризма и гостеприимства Инновационная деятельность как объект управления в туристской деятельности.
2.Методология инновационного менеджмента. Научные подходы к инновационном менеджменту. Системный подход в инновационном менеджменте.
3.Сущность жизнециклической концепции новшеств в туристской индустрии.
4.Принятие решений в инновационном менеджменте в туристской индустрии.
5.Стратегический этап инновационного управления менеджмента.
6.Управленческие созданием и внедрением нововведений.
7.Формирование конкурентных преимуществ. Управление технико-организационным уровнем производства в инновационной деятельности.
8.Проектное финансирование инновационной деятельности. Методы оценки финансирования проекта.
9.Финансирование инновационной деятельности в туристской индустрии.
10.Новые организационные формы инновационной деятельности в индустрии гостеприимства.
11.Методы оценки инновационной деятельности на государственном и корпоративном уровне. Инновационный потенциал.
12.Факторы внешней среды, оказывающие прямое и косвенное влияние на формирование современной концепции инновационной политики.
16
13.Экономические и финансовые основы активизации инновационной деятельности
14.Государственная поддержка инновационной деятельности.
15.Организация инновационного менеджмента в туристской индустрии.
16.Инновационные стратегии, их особенности в условиях рыночной экономики.
17.Корпоративные, отраслевые, государственные и международные компьютерные сети, их место и роль в управлении инновационными процессами.
18.Автоматизированные информационные системы обеспечения управления, их место и роль в инновационном менеджменте предприятий и организаций.
19.Управление разработкой, внедрением и созданием новшеств в индустрии гостеприимства.

Методические рекомендации по написанию реферата**, требования к оформлению**

Реферат должен быть выполнен печатным способом на одной стороне бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть черным, шрифт TimesNewRoman, 14 пт- Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: верхнее и нижнее — 20 мм, левое — 30 мм, правое — 10 мм. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и составлять 1,25 см. - Выравнивание текста по ширине. - Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, применяя выделение жирным шрифтом, курсив, подчеркивание. - Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. - Подчеркивать заголовки не допускается. - Расстояние между заголовками раздела, подраздела и последующим текстом так же, как и расстояние между заголовками и предыдущим текстом, должно составлять 1 пробел. - Название каждой части в тексте работы можно писать более крупным шрифтом, жирным шрифтом, чем весь остальной текст.

Параграфы (подразделы) располагаются друг за другом. - В тексте реферат рекомендуется чаще применять красную строку, выделяя законченную мысль в самостоятельный абзац. - Перечисления, встречающиеся в тексте реферата, должны быть оформлены в виде маркированного или нумерованного списка. - Все страницы обязательно должны быть пронумерованы. Нумерация листов должна быть сквозной. Номер листа проставляется арабскими цифрами. - Нумерация листов начинается с третьего листа (после содержания) и заканчивается последним. На третьем листе ставится номер «3». - Номер страницы на титульном листе и на содержании не проставляется! - Номера страниц проставляются в центре верхней части листа без точки.

Список использованной литературы и приложения включаются в общую нумерацию листов. - Рисунки и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию листов и помещают по возможности следом за листами, на которых приведены ссылки на эти таблицы или иллюстрации. Таблицы и иллюстрации нумеруются последовательно арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать рисунки и таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы (рисунка) состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой. После цитаты необходимо делать ссылку на автора, например [№ источника в списке литературы; стр.]. Изложение должно быть последовательным. Недопустимы нечеткие формулировки, речевые и орфографические ошибки. При написании реферата используется научный стиль изложения

В подготовке реферата необходимо использовать материалы современных изданий не старше 5 лет.

Структура реферата включает: 1) титульный лист, 2) содержание, 3) введение, 4) основная часть 5) заключение, 6) список литературы, 7) приложение (необязательная часть) Структура работы должна быть четкой, обоснованной таким образом, чтобы была видна логика решения проблемы. Каждую новую часть следует начинать с новой страницы. Это же правило относится к другим основным структурным частям работы: содержанию, введению, заключению, списку литературы, приложениям.

Титульный лист содержит: 1) полное название учебного заведения; 2) название кафедры, на которой выполнялась работа; 3) наименование вида работы, дисциплины и темы; 4) данные об исполнителе с указанием фамилии, имени, отчества, номера студенческой группы; 5) указание должности лица, принявшего работу, его фамилии и инициалов; 6) год выполнения работы.

Содержание В содержании приводится перечень всех частей работы с указанием номера страницы. Названия частей работы в тексте и содержании должны совпадать. Для нумерации разделов используется простая иерархическая система на основе арабских цифр. Первой страницей реферата является титульный лист, на котором номер страницы не принято ставить. Второй страницей реферата является содержание (на нем также номер не проставляется). Таким образом, нумерация страниц начинается с титульного листа, НО номера страниц начинают проставлять только с Введения. Номер страницы проставляется в ее верхней части по центру.

Введение к работе требует обязательное отражение в нем следующих пунктов: 1) введение в тему (проблему) работы; 2) обоснование выбора темы, определение ее актуальности и значимости для науки и практики; 3) определение основной цели работы и подчиненных ей более частных задач; обзор литературы по данной теме; 4) определение границ исследования (предмет, объект); 5) краткое описание использованных при написании работы источников Объем введения – 1-2 страницы

Основная часть За введением следует основная часть, в которой следует выделять смысловые подразделения, т.е. структурировать его. Требуется, чтобы все разделы и подразделы были примерно соразмерны друг другу как по структурному делению, так и по объему. В конце каждого раздела основной части необходимо дать краткие выводы. Объем основной части – 12-17 страниц Заключение В заключении необходимо суммировать все те выводы и научные достижения, которые были сделаны в работе, а также определить направления для дальнейших исследований в данной сфере. Объем заключения – 1-2 страницы.

Список литературы Каждый источник должен содержать следующие обязательные реквизиты: - фамилия и инициалы автора; - наименование; - издательство; - место издания; - год издания. Все источники, включенные в библиографию, должны быть последовательно пронумерованы и расположены в следующем порядке: - законодательные акты; - постановления Правительства; - нормативные документы; - статистические материалы; - учебная литература – в

алфавитном порядке по первой букве фамилии автора; - периодические издания (газеты, журналы); - интернет-сайты.

Критерии оценки реферата. При оценке реферата преподаватель руководствуется следующими критериями: – соответствие содержания текста выбранной теме; – наличие четкой и логичной структуры; – качество аналитической работы, проделанной при написании реферата; 12 – использование адекватных выбранной теме литературных источников; – самостоятельность, невторичность текста; – обоснованность сделанных автором реферата выводов, соответствие их поставленной цели; – отсутствие орфографических, пунктуационных, стилистических, а также фактических ошибок; – соответствие оформления работы предъявляемым требованиям; – сдачи реферата в установленный срок.

5.3 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 8 **семестр**

Итоговый тест (с ответами) для проверки сформированности компетенций

ПК-1 Способен рассчитывать и анализировать экономические результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания для обеспечения контроля и принятия эффективных управленческих решений

1. Прочитайте текст и выберите правильный ответ К какому виду инноваций относится внедрение в гостинице мобильных ключей для доступа в номер через приложение?

А. Продуктовая инновация
Б. Процессная инновация
В. Маркетинговая инновация
Г. Организационная инновация
Правильный ответ: Б

2. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Какая модель инновационной деятельности предполагает разработку новшеств исключительно внутренними силами компании без привлечения внешних партнеров?

А. Открытая модель
Б. Закрытая модель
В. Партнерская модель
Г. Гибридная модель
Правильный ответ: Б

3. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Что означает положительное значение чистой прибыли организации общественного питания для собственников и менеджмента?

- А) Превышение переменных затрат над постоянными
- Б) Финансовый результат, остающийся в распоряжении организации после уплаты всех налогов, сборов и обязательных платежей, который может быть направлен на развитие или дивиденды
- В) Рост дебиторской задолженности
- Г) Оптимальный уровень запасов на складе

Правильный ответ б

4. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Какой вид издержек преобладает в структуре затрат классического ресторана при оценке операционной безубыточности?

- А) Только переменные расходы
- Б) Сочетание переменных (продукты) и условно-постоянных (аренда, зарплата повара фиксированная) расходов
- В) Исключительно капитальные затраты
- Г) Трансакционные издержки

Правильный ответ б

5. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Какое управленческое решение целесообразно принять при резком снижении показателя загрузки гостиницы (Occupancy Rate) в низкий сезон?

- А) Увеличить постоянные расходы на рекламу в премиальных каналах

- Б) Повысить тарифы на номера (ADR) для компенсации потерь дохода
- В) Внедрить гибкую ценовую политику, спецпредложения и пакетные туры для стимулирования спроса
- Г) Полностью заморозить операционную деятельность без анализа издержек

Правильный ответ: в)

6. Установите последовательность Расположите в хронологическом порядке появление следующих инноваций в гостиничной индустрии.

1. Внедрение систем управления доходами на основе искусственного интеллекта
2. Появление первых гостиничных цепей и стандартизация услуг
3. Развитие онлайн-тревел-агентств (OTA) и метапоисковиков
4. Запуск программ лояльности с использованием больших данных

Правильная последовательность: 2 → 3 → 4 → 1

7. Установите правильную последовательность этапов внедрения инновации в гостиничном предприятии.

1. Масштабирование успешного решения на всю сеть
2. Анализ потребностей рынка и идентификация проблемы
3. Пилотное тестирование инновации в одном или нескольких отелях
4. Разработка или выбор инновационного решения
5. Оценка эффективности пилотного проекта и корректировка

Правильная последовательность: 2 → 4 → 3 → 5 → 1

8. Установите правильную последовательность. Расположите этапы формирования и анализа экономических показателей туристской организации в правильной последовательности (укажите цифры):

- А. Расчет чистой прибыли организации.
- Б. Определение полной себестоимости туристского продукта (услуг).
- В. Расчет валовой прибыли и прибыли от продаж (балансовой прибыли).
- Г. Расчет показателей рентабельности (рентабельности продаж, продукции и активов).
- Д. Учет прямых и косвенных затрат (формирование расходов на производство и реализацию).

Правильная последовательность: Д – Б – В – А – Г

9. Установите соответствие между финансовым показателем и его значением.

Колонка А (Показатель)

1. ADR
2. Загрузка (Occupancy)
3. RevPAR

Колонка Б (Значение)

А. Процент занятых номеров

Б. Средняя цена проданного номера

В. Выручка на доступный номер (ADR * Загрузка)

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В*

10.**Установите соответствие** Соотнесите экономический показатель (1–5) с его определением или формулой (А–Д):

1. **RevPAR** *(Revenue Per Available Room)*
2. **ADR** *(Average Daily Rate)*
3. **F&B Cost** *(Food and Beverage Cost)*
4. **Коэффициент загрузки** *(Occupancy Rate)*
5. **Рентабельность продаж** *(ROMI / ROS)*

- **А.** Отношение проданных номеров к общему числу доступных номеров в процентах.
- **Б.** Доход от номерного фонда на один доступный (средний по гостинице) номер.
- **В.** Процентное отношение себестоимости проданных продуктов и напитков к выручке от их реализации в общепите.
- **Г.** Средняя стоимость проданного за сутки номера.
- **Д.** Отношение чистой прибыли к общей выручке предприятия.

Правильный ответ: 1–Б, 2–Г, 3–В, 4–А, 5–Д

11. **Установите** правильную последовательность Расположите в правильном порядке шаги по анализу конкурентного окружения.
Сбор информации о ценах конкурентов
Составление списка основных конкурентов
Посещение объектов конкурентов (тайный гость)
Определение сильных и слабых сторон конкурентов
Сравнительный анализ и выводы
Правильная последовательность: 2 → 3 → 1 → 4 → 5
12. **Установите соответствие** между видом инновации и конкретным примером из гостиничной практики .

Колонка А (Вид инновации)	Колонка Б (Пример)
1. Продуктовая инновация	А. Использование роботов для доставки багажа в номер
2. Процессная инновация	Б. Запуск нового формата апарт-отелей с кухнями в номерах
3. Маркетинговая инновация	В. Проведение гастрономических фестивалей для привлечения локальных гостей

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В
13. **Установите соответствие**: Соотнесите экономический показатель из первого списка с его правильным определением из второго списка.
Показатели
1. Выручка
2. Чистая прибыль
3. Рентабельность
4. Производительность труда
5. Оборачиваемость

Определения
- **А.** Скорость, с которой оборачиваются денежные средства или активы компании за определенный период.
- **Б.** Общая сумма денежных средств, полученная турфирмой от реализации путевок и услуг.
- **В.** Показатель эффективности работы, отражающий объем услуг на одного сотрудника.
- **Г.** Часть доходов, которая остается у организации после уплаты всех налогов и расходов.
- **Д.** Отношение прибыли к затратам или выручке, показывающее степень доходности бизнеса.

Правильный ответ 5-А, 1-Б, 3Д, 4-В, 2-Г
14. **Установите соответствие**: Установите соответствие между моделью инновационной деятельности и ее характеристикой.

Колонка А (Модель)	Колонка Б (Характеристика)
1. Закрытая модель	А. Сотрудничество с внешними стартапами, технологическими компаниями, привлечение клиентов к созданию инноваций
2. Открытая модель	Б. Разработка инноваций внутри компании (например, R&D-центры крупных сетей)

Колонка А (Модель)	Колонка Б (Характеристика)
3. Партнерская модель	В. Совместные проекты с локальными брендами, поставщиками, образовательными учреждениями

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

15. **Установите соответствие**: между экономическими показателями деятельности туристской фирмы (левый столбец) и их формулами или определениями (правый столбец).

Показатели Формула / Определение

1. Выручка (доход) от реализации
2. Рентабельность продукции
3. Производительность труда
4. Рентабельность активов (имущества)
5. Рентабельность продаж
6. Рентабельность капитала

А. Прибыль от реализации, деленная на среднюю стоимость основных и оборотных средств

Б. Общая сумма денежных средств, полученных от реализации туристских путевок и услуг

В. Отношение чистой прибыли к собственному капиталу предприятия

Г. Отношение балансовой или чистой прибыли к выручке от реализации

Д. Объем выпущенной продукции или выручки в расчете на одного работника

Е. Отношение прибыли от продаж к полной себестоимости проданных туристских услуг

Правильный ответ 4-А, 2 Е, 1-Б, 3Д, 6-В, 5-Г

16. Установите соответствие Соотнесите экономический или статистический показатель деятельности туристской организации (цифры от 1 до 5) с его правильной характеристикой (буквы от А до Д).

Показатели:

1. Объем туристического потока
2. Посетитель
3. Количество поездок
4. Объем обслуживания туристов
5. Объем обслуживания экскурсантов

Характеристики:

- **А.** Количество раз, которое какое-либо лицо выезжало из своего постоянного места жительства.
- **Б.** Количество участников экскурсий, обслуженных организацией.
- **В.** Общее число туристов, воспользовавшихся услугами компании за определенный период.
- **Г.** Любое лицо, путешествующее в другую страну или местность на срок, не превышающий 12 месяцев подряд.
- **Д.** Общее количество человек, которые приняли участие в путешествиях с размещением (ночевкой).

Правильный ответ: 3-А, 2Г, 5-Б, 1-В, 4Д

17. Установите соответствие между **показателем и его экономическим содержанием**

Соотнесите элементы из левого столбца (показатели) с правильными определениями из правого столбца.

Показатели деятельности	**Экономическое содержание (определение)**
1. Рентабельность продаж (ROS)	**А.** Отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости активов предприятия.
2. Коэффициент текущей ликвидности	**Б.** Отношение прибыли от продаж к выручке от реализации туристского продукта.
3. Рентабельность активов (ROA)	**В.** Отношение оботных активов к краткосрочным обязательствам (показывает общую обеспеченность оборотными средствами).

4. Производительность труда	**Г.** Объем выручки или прибыли, приходящийся на одного среднегодового работника турфирмы.

Правильный ответ 1-Б, 2-В, 4Г, 3-А

18. Установите соответствие между источниками финансирования и их принадлежностью к группам

Источники финансирования	**Категория средств**
А. Прибыль предприятия, амортизационные отчисления	**1.** Заёмные средства
Б. Банковские кредиты, выпуск облигаций	**2.** Государственное финансирование
В. Бюджетные субсидии на развитие туристской инфраструктуры	**3.** Собственные средства

Правильные ответы: А — 3, Б — 1, В — 2.

19. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Результат расходов туристов на покупку товаров и услуг, повышающих доход страны и региона, пополнение бюджета за счет налогов, является: 1) прямым воздействием туризма на экономику 2) косвенным воздействием туризма на экономику

П

20. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Какой показатель в гостиничном бизнесе характеризует среднюю выручку от продажи одного номерного фонда в расчете на один доступный (проданный и непроданный) номер за определенный период?

- **А**) ADR (Average Daily Rate)
- **Б**) RevPAR (Revenue Per Available Room)
- **В**) GOPPAR (Gross Operating Profit Per Available Room)
- **Г**) Utilization rate

Правильный ответ б

21. Установите правильную последовательность этапов аналитической работы при оценке экономических показателей туристской фирмы:

1. **С**бор и проверка достоверности исходной информации (бухгалтерская и статистическая отчетность турфирмы).
2. **О**пределение целей, задач и составление плана проведения экономического анализа.
3. **Р**асчет частных и обобщающих экономических показателей (объем реализации, себестоимость, прибыль, рентабельность).
4. **С**равнительный анализ и факторная оценка выявленных отклонений (сравнение с планом, прошлым периодом, среднерыночными данными).
5. Разработка практических рекомендаций, мобилизация резервов и принятие управленческих решений

П

22. Установите правильную последовательность Правильный порядок этапов проведения экономического анализа деятельности туристской организации выглядит следующим образом:

1. **Сбор исходной информации** (бухгалтерская и статистическая отчетность, первичные документы).
2. **Предварительный обзор** (проверка отчетности на достоверность, общий экспресс-анализ).
3. **Детализированный анализ** (расчет частных и обобщающих экономических показателей: рентабельности, ликвидности, оборачиваемости, объема продаж).
4. **Оценка выявленных отклонений** (сравнение с плановыми значениями, прошлыми периодами или конкурентами).
5. **Разработка выводов и управленческих решений** (план мероприятий по улучшению финансово-хозяйственной деятельности турфирмы)

Правильный ответ: 12345

23. **Установите** соответствие между экономическими показателями деятельности туристской организации и их определениями (формулами/сущностью):Показатели Определения / Характеристики

:

2 1 3 4 5

1. Выручка (доход от реализации)
2. Себестоимость турпродукта
3. Рентабельность продаж (ROS)
4. Рентабельность собственного капитала (ROE)

А. Соотношение чистой прибыли к средневзгодовым собственным средствам организации.
Б. Сумма денежных средств, поступивших на счета предприятия за проданные туры и услуги.
В. Совокупность всех затрат предприятия на производство и реализацию туристского продукта.
Г. Доля прибыли от реализации в общем объеме выручки туристской фирмы.

Правильный ответ 1Б → 2В → 4А → 3Г

24. Установите правильную последовательность этапов проведения анализа экономических показателей туристской организации Варианты этапов (в случайном порядке):

- А. Расчет частных и обобщающих коэффициентов (рентабельности, ликвидности, оборачиваемости)
- Б. Определение целей, задач и составление программы анализа
- В. Сбор информационной базы (бухгалтерская и статистическая отчетность, первичные документы)
- Г. Разработка управленческих решений и мероприятий по улучшению финансового состояния
- Д. Формулировка выводов, выявление резервов роста прибыли и эффективности
- Е. Предварительная проверка и аналитическая обработка исходных данных (проверка на достоверность, сопоставимость)

Правильный ответ Б — В — Е — А — Д — Г

25. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Что характеризует рентабельность продаж туристской организации?

- а) Общую сумму выручки от реализации турпродукта
- б) Долю чистой прибыли в каждом рубле выручки
- в) Скорость оборота оборотных средств
- г) Общий объем затрат на организацию туров

Правильный ответ Б

***26*. Прочитайте текст и выберите правильный ответ.** Какой показатель относится к обобщающим финансовым результатам деятельности турфирмы?

- а) Себестоимость туристской путевки
- б) Чистая прибыль
- в) Производительность труда менеджеров
- г) Фондоемкость

Правильный ответ: Б)

27. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Коэффициент текущей ликвидности показывает:а) Способность предприятия погашать краткосрочные обязательства за счет всех оборотных активовб) Долю собственных средств в общей сумме финансированияв) Рентабельность основного капиталаг) Затраты на рекламу и продвижение

Правильный ответ: а)

28. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Что относится к продуктовым инновациям в гостиничном бизнесе?

А. Внедрение CRM-системы для управления взаимоотношениями с гостями
Б. Создание нового бренда отелей для длительного проживания (например, LivSmart Studios у Hilton)
В. Автоматизация процесса уборки номеров с помощью роботов
Г. Обучение персонала работе с новым программным обеспечением

Правильный ответ: Б

29. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Валовая прибыль туристской организации — это разница между:а) Выручкой и себестоимостью проданных туров и услугб) Балансовой прибылью и налогамив) Общим доходом и управленческими расходамиг) Активами и пассивами

Правильный ответ: а)

30. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Рентабельность продаж (рентабельность

реализованной продукции) рассчитывается как отношение:

- **Варианты:**

1. Прибыли от продаж к выручке
2. Выручки к числу туристов
3. Себестоимости к прибыли
4. Балансовой прибыли к активам

Правильный ответ: 1)

Инструкция по выполнению. При ответе на вопросы:

Выбрать один правильный ответ. Дополнить фразу, сопоставить, установить последовательность

Вопросы для самостоятельной подготовки к экзамену и зачету

Перечень вопросов и заданий, выносимых на зачет:

1. Современный мировой гостиничный рынок. Страны-лидеры в гостиничном бизнесе, их основные показатели.
2. Российский гостиничный рынок и перспективы его развития.
3. Влияние инновационной деятельности на гостиничный рынок.
4. Деятельность гостиничных предприятий, проблемы существуют в организации их работы, возможные методы их улучшения.
5. Инновация и её роль для гостиничной индустрии. Виды инноваций.
6. 7 источников инновационных возможностей П. Друкера.
7. Факторы, влияющие на успешность инновации.
8. Классификация инноваций А.И. Пригожина.
9. Методики активизации инноваций.
10. Типичные ошибки развития инноваций на предприятиях.
11. Этапы создания инновации.
12. Основные инновационные стратегии предприятий.
13. Модели инновационных процессов.
14. Современные компьютерные программы, применяемые в гостиницах.
15. Ведущие интернет-сайты по гостиничному бизнесу.
16. Что такое управление риском в инновационной деятельности? Какие методы анализа рисков вы знаете?
17. Особенности разработки и внедрения организационных нововведений в гостиничной сфере.
18. Каковы критерии экспертной оценки инновационных проектов.
19. Информационное обеспечение инновационной деятельности в гостиничной сфере.
20. Источники финансирования инновационных проектов в туристской индустрии.
21. Показатели эффективности научно-технической деятельности.
22. Что такое планирование инноваций и каковы его функции и принципы?
23. Понятие конкуренции в инновационной деятельности.
24. В чем состоит различие между стратегическим и оперативным планированием.
25. Венчурные фирмы. Их роль в инновациях.
26. В чем суть научно-технического прогнозирования. Какими методами оно осуществляется?
27. Управление разработкой, внедрением и созданием новшеств в индустрии гостеприимства.
28. Дайте определение инновации, наиболее приемлемое для сферы гостеприимства.
29. Инновационное управление персоналом на предприятиях индустрии гостеприимства.
30. Охарактеризуйте основные группы инноваций, разделенные по различным признакам.
31. Роль функционального управления в инновационной деятельности в туристской индустрии .
32. Предложите классификационную схему инноваций, основанную на отдельных

признаках внутреннего содержания.
33.Особенности управления персоналом в инновационных организациях.
34.Назовите основные принципы новаторской деятельности и проанализируйте их.
35.Каковы основные стадии жизненного цикла инновационного гостиничного продукта?
36.Охарактеризуйте основные субъекты инновационной деятельности.
37.Охарактеризуйте понятие инновационной деятельности и дайте определение инновационного процесса в туристской
индустрии.
38.Проанализируйте основные источники продуктовых инноваций в индустрии гостеприимства.
39.В чем заключается содержание стадий инновационного процесса в туристской индустрии?
40.Охарактеризуйте основные технологические инновации, применяемые в гостиничной деятельности.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Комплект оценочных средств хранится на кафедре, подлежит обновлению по мере необходимости. Для промежуточной аттестации в виде экзамена каждое ОС по дисциплине обновляется и утверждается за 14 дней до начала сессионного периода и хранится в недоступном месте от несанкционированного доступа. Ответственность несет кафедра.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ОПОП регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Текущий контроль успеваемости является формой контроля качества знаний обучающихся, осуществляемого в межсессионный период обучения с целью определения качества освоения ОПОП.

Текущий контроль успеваемости осуществляется: на лекциях, практических (семинарских) занятиях, в рамках контроля самостоятельной работы.

Обучающиеся заранее информируются о критериях и процедуре текущего контроля успеваемости преподавателями по соответствующей учебной дисциплине (модуля).

Успеваемость при текущем контроле характеризует объем и качество выполненной обучающимся работы по дисциплине (модулю).

Педагогические виды и формы, используемые в процессе текущего контроля успеваемости обучающихся, определяются методической комиссией кафедры. Выбираемый вид текущего контроля обеспечивает наиболее полный и объективный контроль (измерение и фиксирование) уровня освоения результатов обучения по дисциплине.

Преподаватели предоставляют сведения о текущей успеваемости обучающихся в рамках проведения текущей аттестации в семестре в деканаты/ учебный отдел института в сроки, определенные внутренними распорядительными документами института.

В целях обеспечения текущего контроля успеваемости преподаватель проводит консультации.

Преподаватель, ведущий занятия семинарского типа, проводит аттестацию обучающихся за прошедший период. Аттестация проводится, если проведено не менее 3 практических (семинарских) или лабораторных занятий, в установленные деканатом сроки, не реже 1 раза за учебный семестр. Обучающиеся аттестуются путем выставления в соответствующую групповую ведомость записей по системе: «аттестован» или «не аттестован».

Преподаватель, проставляя итоги текущей аттестации, доводит результаты аттестации до сведения студенческой группы и объясняет причины отрицательной аттестации по запросу обучающегося.

При аттестации обучающихся учитываются следующие факторы:

– результаты работы на занятиях, показанные при этом знания по дисциплине (модулю), усвоение навыков практического применения теоретических знаний, степень активности на практических (семинарских) занятиях;

– результаты и активность участия в семинарах и коллоквиумах;

– результаты выполнения контрольных работ;

– результаты и объем выполненных заданий в рамках самостоятельной работы обучающихся;

– результаты личных бесед со студентами по материалу учебной дисциплины (модуля);

– посещение студентами, семинарских и практических занятий, лабораторных работ;

– своевременная ликвидация задолженностей по пройденному материалу, возникших вследствие пропуска занятий либо неудовлетворительных оценок по результатам работы на занятиях.

– результаты прохождения контрольных точек по дисциплине.

Промежуточная аттестация обучающихся института является формой контроля результатов обучения по дисциплине с целью комплексного определения соответствия уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся требованиям, установленным образовательной программой.

Формирование оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины осуществляется с использованием пятибалльной системы оценки знаний обучающихся.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 5 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена и зачета с оценкой. Экзамен проводится по расписанию экзаменационной сессии в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 30. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Адаптированные оценочные материалы содержатся в адаптированной ОПОП. Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

Самостоятельная работа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов позволяет своевременно выявить затруднения и отставание и внести коррективы в учебную деятельность. Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования, электронных тренажеров и т.п.).

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа. Для обучающихся с нарушениями зрения предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в устной форме. Для обучающихся с нарушениями слуха предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в письменной форме.

Таблица 7.1. Категории обучающихся с ОВЗ, способы восприятия ими информации

и методы их обучения.

Категории обучающихся по нозологиям		Методы обучения
с нарушениям и зрения	Слепые. Способ восприятия информации: осязательно-слуховой	Аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания. Могут использоваться при условии, что визуальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями зрения: визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания; аудио-визуальные, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениям и слуха	Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательный	визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания. Могут использоваться при условии, что аудиальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями слуха: аудио-визуальные, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабослышащие. Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениям и опорно-двигательного аппарата	Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	– визуально-кинестетические; – аудио-визуальные; – аудиально-кинестетические; – аудио-визуально-кинестетические.

Таблица 7.2. – Способы адаптации образовательных ресурсов.

Условные обозначения:

«+» —образовательный ресурс, не требующий адаптации;

«АФ» — адаптированный формат к особенностям приема-передачи информации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ формат образовательного ресурса, в том числе с использованием специальных технических средств;

«АЭ»— альтернативный эквивалент используемого ресурса

Категории обучающихся по нозологиям	**Образовательные ресурсы**				
	Электронные				**Печатные**
	мультимедиа	**графические**	**аудио**	**текстовые, электронные аналоги печатных изданий**	

С нарушениями зрения	Слепые	АФ	АЭ (например, создание материальной модели графического объекта (3Dмодели)	+	АЭ (например, аудио описание)	АЭ (например, печатный материал, выполненный рельефно-точечным шрифтом Л. Брайля)
	Слабовидящие	АФ	АФ	+	АФ	АФ
С нарушениями слуха	Глухие	АФ	+	АЭ (например, текстовое описание, гиперссылки)	+	+
	Слабослышащие	АФ	+	АФ	+	+
С нарушениями опорно-двигательного аппарата		+	+	+	+	+

Таблица 7.3. - Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ

Категории обучающихся по нозологиям	**Форма контроля и оценки результатов обучения**
С нарушениями зрения	– устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; – с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.
С нарушениями слуха	– письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; – с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	– письменная проверка, с использованием специальных технических средств (альтернативных средства ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; – устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; – с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, Графические работы, дистанционные формы - предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.

7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с использованием оценочных средств, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации, в том числе с использованием специальных технических средств.

Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ направлен на своевременное выявление затруднений и отставания в обучении и внесения коррективов в учебную деятельность. Возможно осуществление входного контроля для определения его способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала.

7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Форма промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа. Промежуточная аттестация, при необходимости, может проводиться в несколько этапов. Для этого рекомендуется использовать рубежный контроль, который является контрольной точкой по завершению изучения раздела или темы дисциплины, междисциплинарного курса, практик и ее разделов с целью оценивания уровня освоения программного материала. Формы и срок проведения рубежного контроля определяются