



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «Экономика»

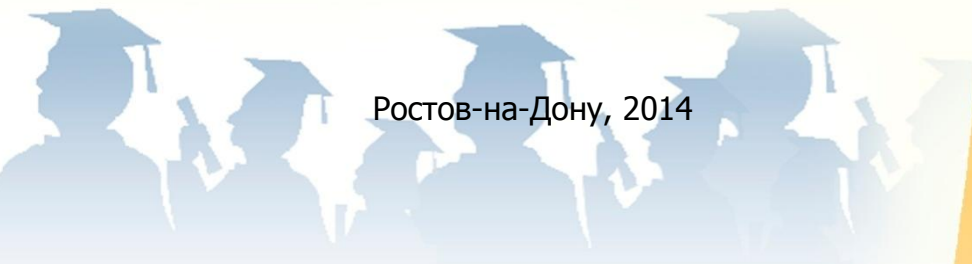
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к выполнению контрольной работы
по дисциплине

«Инновационный менеджмент в туристской индустрии»

Автор
Петренко А.С.

Ростов-на-Дону, 2014





Аннотация

Методические указания предназначены для студентов направлений 101100 «Гостиничное дело», 100400 «Туризм», а также специальности 100201 «Туризм» заочной формы обучения.

Автор



Кандидат социологических наук, старший преподаватель
Петренко А.С.





МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ»

ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Контрольная работа по дисциплине «Инновационный менеджмент в туристской индустрии» имеет целью дополнить и закрепить полученные в период сессии знания помочь студенту-заочнику овладеть методикой решения типовых задач по основам управления и подготовиться к экзамену. Главной целью контрольной работы является итоговый контроль полученных профессиональных знаний в области менеджмента путем планомерного, систематизированного изучения рекомендуемой литературы и получение практических навыков в рамках изучаемых по курсу проблем. При проверке контрольной работы преподаватель будет оценивать то, как студент понимает содержание дисциплины, его способность применять теории и концепции дисциплины для анализа и совершенствования процесса инновационного управления организационно-экономических систем, а также умение систематизировать и ясно излагать свои мысли.

Варианты контрольных работ установлены с учетом последней цифры номера зачетной книжки. *Пример: если Вы имеете шифры: 2, 12, 22 и т. д. (т. е. заканчивается на цифру «2»), значит Ваш вариант № 2, вопросы № 2, 24, Контрольная работа выполня-*



ется студентами в форме реферата. Структура контрольной работы включает пять вопросов (в соответствии с вариантом) и список использованных источников. Работы, не отвечающие обязательным для студента вариантам, не будут засчитываться.

При подготовке контрольной работы студент подбирает и изучает необходимую литературу как отечественных, так и зарубежных авторов. В работе могут быть использованы материалы реальных организаций (например, по месту работы студента), в этом случае ценность работы повышается.

Текст контрольной работы должен быть отпечатан на компьютере через полтора межстрочных интервала с использованием шрифта Tims New Roman Cyr № 14. Приблизительный объем контрольной работы должен составлять 15 – 20 страниц. Расстояние от границ листа до текста слева – 30 мм, справа – 10 мм, от верхней и нижней строки текста до границы листа – 20 мм.

В случае возникновения затруднений студент консультируется у ведущего преподавателя.

Вариант контрольной работы

Вариант (последняя цифра номера зачетной книжки)	Теоретические вопросы				
Вариант №1	1	11	21	31	41
Вариант №2	2	12	22	32	42
Вариант №3	3	13	23	33	43
Вариант №4	4	14	24	34	44
Вариант №5	5	15	25	35	45
Вариант №6	6	16	26	36	46
Вариант №7	7	17	27	37	47
Вариант №8	8	18	28	38	48
Вариант №9	9	19	29	39	49
Вариант №10	10	20	30	40	50



Теоретические вопросы

1. Тенденции и разновидности развития, управление развитием.
2. Основные понятия теории инноватики.
3. Инновационный менеджмент: возникновение, становление и основные черты.
4. Технологические уклады. Длинные волны Н.Д. Кондратьева.
5. Понятие «инновации», «открытия». Й. Шумпетер и его вклад в развитие инновационных теорий. Деловые циклы Й. Шумпетера.
6. Российский рынок инноваций в современных условиях.
7. Особенности организации инновационных процессов.
8. Нововведения как объект инновационного управления.
9. Консалтинговые услуги в инновационной деятельности.
10. Структура и использование классификатора в управлении инновациями.
11. Особенности принятия решений в управлениями инновациями.
12. Планирование технологического освоения производства новой продукции.
13. Формирование конкурентной среды.
14. Организация конкурсного выполнения НИОКР.
15. Развитие конкуренции в инновационной деятельности.
16. Понятия, виды и особенности инновационных стратегий.
17. Типы инновационного поведения фирм.
18. Специфика российских инновационных стратегий.
19. Концепция проектирования



Инновационный менеджмент в туристской индустрии

- онных преобразований.
20. Показатели инновационной деятельности организации.
 21. Формы инновационного менеджмента. Инновационный потенциал.
 22. Реинжиниринг, объекты реинжиниринга. Процесс реинжиниринга.
 23. Региональная инновационная политика.
 24. Инновационный менеджмент и стратегическое управление.
 25. Инновационная деятельность как объект инвестирования.
 26. Инвестиционная привлекательность проектов и программ в инновационной деятельности. Критерии инвестиционной привлекательности.
 27. Прогнозирование в инновационном менеджменте.
 28. Основные понятия и категории управления рисками. Цели и задачи управления рисками.
 29. Риск и шанс инновационной деятельности.
 30. Специфика инновационных процессов в сфере туризма.
 31. Новые организационные формы управления организациями туристской деятельности.
 32. Предпосылки инновационного развития фирм; современные подходы к инновационной деятельности.
 33. Высшее руководство в инновационной организации.
 34. Объединения предпринимательских организаций (консорциумы, концерны, холдинговые компании, финансово-промышленные группы, ассоциации), их роль в осуществлении инновационных идей.
 35. Инфраструктура инновационных фирм туристской сферы.
 36. Инновационные стратегии, их осо-



Инновационный менеджмент в туристской индустрии

- бенности в условиях рыночной экономики.
37. Разработка инновационной стратегии.
 38. Содержание, цели и методы инновационной политики на международном, государственном и корпоративном уровнях.
 39. Институциональные и законодательно-правовые условия проведения инновационной политики.
 40. Опыт внедрения нововведений в России.
 41. Понятие инновационного проекта. Виды проектов.
 42. Управление проектом. Координационная группа.
 43. Этапы создания и реализации инновационного проекта.
 44. Перспективные инновационные проекты в туристской сфере.
 45. Инновационная стратегия гостиничных предприятий, культурно – оздоровительных и туристских учреждений, социальных структур и институтов общества.
 46. ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма на 2011 – 2018 годы».
 47. Практические меры по привлечению отечественных и иностранных инвестиций в туристскую индустрию.
 48. Инновационные виды туристского продукта.
 49. Инновационные методики рекламирования и продвижения туристского продукта.
 50. Инновационные направления использования Интернета. Электронная коммерция в туризме.



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Основная литература

1.1 Бабаскин С.Я. Инновационный проект. Методы отбора и инструменты анализа рисков: учеб. пособие. - М. : Дело, 2009.

1.2. Горфинкель В.Я., Попадюк Т.Г. Инновационный менеджмент: учебник, 3-е изд. перераб. и доп.— М.: ИНФРА-М, 2012.

1.3 Ивасенко А.Г. Инновационный менеджмент : учеб. пособие для вузов. - М. : Кнорус, 2009.

1.4 Коноплев С.П. Инновационный менеджмент : учеб. пособие. - М. : Проспект, 2008.

1.5 Маховикова Г.А. Инновационный менеджмент : конспект лекций. - М. : Юрайт, 2011.

1.6 Овчаров А.О. Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы: Учебник. – М.: Инфра-М, 2009.

1.7 Орловская В.П., Фомичев В.И. Инновации в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие. - СПб.: СПбГИЭУ, 2011.

1.8 Палей Т.Ф. Инновационный менеджмент : учеб. пособие. - Казань: «Фолиантъ», 2011.

1.9 Стерхова С.А. Инновационный продукт. Инструменты маркетинга: учеб. пособие. – М.: Дело, 2009.

2. Дополнительная литература

2.1 Боголюбов В.С., Александрова А.Ю. Инновационные методы управления эффективным развитием. География туризма: учеб. пособие. - М.: Кнорус, 2013.

2.2 Буйленко В.Ф. Инновации в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие. - Южный институт менеджмента, 2012.



Инновационный менеджмент в туристской индустрии

2.3 Голубков Е.П. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. - М.: Инфра-М, 2013.

2.4 Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе. Учебник. - М.: МарТ, 2010.

2.5 Мухамедьяров А.М. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. - М.: Инфра-М, 2009.

2.6. Пищулов В.М. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие. - М.: Академия, 2010.

2.7 Кучеров А.П. Объектное управление: новационный и инновационный менеджмент в туризме. Учеб. пособие. – М.: Спутник+, 2009.

3. Периодические издания

3.1 «Инновации»

3.2 «Инновации и инвестиции»

3.3 «Менеджмент: теория и практика»

3.4 «Турист»

3.5 «Туристический бизнес»

3.6 «Российский экономический журнал»

4. Интернет-ресурсы

4.1 www.russiatourism.ru Сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации

4.2 www.rostourunion.ru Сайт Российского Союза туриндустрии

4.3 www.unwto.org.ru Всемирная туристская организация

4.4 www.tourbus.ru Журнал «Турбизнес»



ВОПРОСЫ К ИТОГОВОМУ КОНТРОЛЮ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ»

1. Сущность и содержание инновационного менеджмента.
2. Объект, предмет, цели, задачи, функции, уровни инновационного менеджмента в туризме.
3. Содержание понятий «новшество», «нововведение», «инновация», их взаимосвязь. Классификация инноваций.
4. Понятие, сущность и этапы инновационного процесса.
5. Формы организации инновационного процесса.
6. Методы ускорения осуществления инновационного процесса.
7. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации туристского продукта.
8. Содержание понятия «инновационный проект». Классификация инновационных проектов.
9. Экспертиза инновационных проектов.
10. Оценка эффективности инновационного проекта.
11. Технология управления инновационными проектами.
12. Этапы разработки концепции инновационного проекта.
13. Источники и формы финансирования инновационной деятельности.
14. Особенности финансирования инноваций за счет бюджета.
15. Особенности финансирования инноваций за счет собственных средств туристских организаций.
16. Особенности финансирования инноваций за счет средств сторонних инвесторов.
17. Необходимость и методы государственного регу-



- лирования инновационной деятельности.
18. Государственная поддержка и стимулирование инновационных процессов.
 19. Государственная инновационная политика.
 20. Понятие инновационной стратегии, ее взаимосвязь с общей стратегией организации.
 21. Классификация инновационных стратегий.
 22. Государственная инновационная стратегия.
 23. Инновационные стратегии предприятий.
 24. Технология разработки инновационной стратегии.
 25. Методы выбора инновационной стратегии.
 26. Общая схема процесса стратегического управления инновационной организацией.
 27. Содержание понятия «организация инноваций».
 28. Влияние нововведений на организационные изменения.
 29. Инновационная модель организационной структуры.
 30. Понятие и сущность инновационного риска.
 31. Технология управления инновационным риском.
 32. Методы и способы управления инновационным риском.
 33. Принципы ценообразования на инновационную продукцию.
 34. Цели и стратегии ценообразования на инновационную продукцию.
 35. Содержание понятия «рынок инноваций». Структура рынка инноваций.
 36. Свойства, функции и предпосылки формирования рынка инноваций.
 37. Современные трансформации организационной структуры туристских предприятий.
 38. Факторы восприимчивости туристской организации к инновациям.
 39. Способы повышения инновационной активности менеджмента и персонала.
 40. Понятие и сущность эффективности инно-



Инновационный менеджмент в туристской индустрии

вационной деятельности туристской организации.

41. Факторы, определяющие эффективность инновационной деятельности организации.
42. Подходы к оценке и показатели эффективности инновационной деятельности туристской организации.