

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 1
---	--	---

УТВЕРЖДЕНО:

**Ученым советом Высшей школы бизнеса,
менеджмента и права**

Протокол № 5 от «18» декабря 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.21 ИННОВАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –

программы бакалавриата

по направлению подготовки: 43.03.02 Туризм

направленность (профиль): *Маркетинг туристских продуктов и сервисов*

Квалификация: бакалавр

Год начала подготовки: 2026

Разработчики:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Ст.преп. Высшей школы сервиса</i>	<i>Кочеткова Я.А.</i>

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Доцент Высшей школы бизнеса, менеджмента и права</i>	<i>к.ф.н., доцент Костромина Е.А</i>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 2
--	---	-------------------------------

Аннотация рабочей программы Б1.О.21 Инновации в профессиональной деятельности

Дисциплина «Инновации в профессиональной деятельности» является частью первого блока программы бакалавриата 43.03.02 Туризм профиль «Маркетинг туристских продуктов и сервисов» и относится к обязательной части программы.

Изучение данной дисциплины базируется на дисциплинах программы: «Основы туризма и туристской деятельности», «Информационное обеспечение профессиональной деятельности»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с концептуальными и методологическими аспектами управления инновациями в профессиональной деятельности, включая разработку маркетинговых инструментов.

Цели дисциплины:

1. Формирование у студентов способности к участию в разработке инновационных решений в сфере профессиональной деятельности.
2. Развитие компетенций в области использования организационно-управленческих и информационно-технологических инноваций.
3. Подготовка специалистов, готовых применять современные технологии для повышения конкурентоспособности предоставляемых услуг, понимающих важность внедрения инновационных методов в сфере профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

1. Изучение принципов внедрения организационно-управленческих инноваций, связанных с новыми формами управления и видами услуг.
2. Овладение навыками разработки и реализации современных инновационных методов для создания конкурентоспособных услуг.
3. Развитие аналитических способностей для оценки эффективности предлагаемых нововведений в контексте профессиональной деятельности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 – способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере; в части индикаторов достижения компетенции:

- ОПК-1.1 – осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности
- ОПК-1.2 – использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма.

ПК-5 - Способен применять инновационные технологии и актуальные данные для оптимизации маркетинговых решений в туристской деятельности с учетом устойчивого развития и потребностей различных сегментов рынка; в части индикаторов достижения компетенции:

- ПК-5.2. - Использует цифровые инновационные технологии, включая геолокационные сервисы, мобильные приложения, виртуальную и дополненную реальность, для оптимизации маркетинговых коммуникаций, персонализации туристских предложений и повышения эффективности продвижения туристских продуктов.

Знания, полученные на лекциях, и практические умения и навыки, выработанные во время проведения практических занятий, позволят решать задачи инновационного преобразования бизнеса компаний.

Преподавание дисциплины ведется на 2 курсе, в 4 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: традиционные лекции, практические

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 3
--	---	-------------------------------

занятия, семинары (в том числе с заслушиванием докладов и презентаций студентов), самостоятельная работа обучающихся, групповые консультации. Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в формах тестирования, индивидуального проекта, промежуточный контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

На очно-заочной форме обучения: программой дисциплины предусмотрены лекционные (10 часов) занятия, практические занятия (12 часов), самостоятельная работа студента (118 часов), групповые консультации (2 часа), промежуточная аттестация (2 часа).

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Сервис-дизайн», «Управление проектами в туризме и гостеприимстве», «Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства», «Проектирование туристского продукта».

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции, индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции, индикатора достижения компетенции)
1.	ОПК-1	Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере ОПК-1.1 – осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности ОПК-1.2 – использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма.
2.	ПК-5	Способен применять инновационные технологии и актуальные данные для оптимизации маркетинговых решений в туристской деятельности с учетом устойчивого развития и потребностей различных сегментов рынка ПК-5.2. Использует цифровые инновационные технологии, включая геолокационные сервисы, мобильные приложения, виртуальную и дополненную реальность, для оптимизации маркетинговых коммуникаций, персонализации туристских предложений и повышения эффективности продвижения туристских продуктов

3. Место дисциплины (модуля) в ОПОП:

Дисциплина «Инновации в профессиональной деятельности» является частью первого блока программы бакалавриата 43.03.02 Туризм профиль «Маркетинг туристских продуктов и сервисов» и относится к обязательной части программы.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц/ 180 акад.часов.

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Для очно-заочной формы:

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры
			4
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	26	26
	в том числе:	-	-
1.1	Занятия лекционного типа	10	10
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	12	12
	Семинары	8	8
	Лабораторные работы	-	-
	Практические занятия	4	4
1.3	Консультации	2	2
1.4	Промежуточная аттестация	2	2
2	Самостоятельная работа обучающихся	118	118
3	Форма промежуточной аттестации (экзамен)		Э
4	Общая трудоемкость час	144	144
	з.е.	4	4

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Для очно-заочной формы:

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения					
			Лекции, акад. часов	Форма проведения лекции	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	СРО, акад. часов	Форма проведения СРС
1	1. Введение в теорию инноваций. Инновационные процессы.	Л: Инноватика. Значение инновационных процессов. ПЗ №1: Патентно-информационный поиск и анализ инновационных тенденций в экономико-управленческой сфере	1	Мультимедийная лекция	2	Практическая работа	10	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала
2		Л: Основа инновационных процессов.	1	Мультимедийная лекция			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала

4		Л: Жизненный цикл инноваций. Инновации в бизнес-процессах.	0,5 КТ-1	Мультимедийная лекция			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
		Контрольная точка №1	Тестирование по пройденному материалу – max 10 баллов					
6	2. Создание инновационных проектов	Л: Управление инновациями.	1	Мультимедийная лекция			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
7		Л: Конкуренция – как стимуляция инновационных процессов.	0,5	Мультимедийная лекция			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
8		Л: Роль малого и среднего бизнеса в инновационной деятельности. Программные средства в инновационной деятельности. Особенности использования ИИ ПЗ №2: Создание инфографики услуги с помощью искусственного интеллекта	1	Мультимедийная лекция	2	Практическое занятие	10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
11		Л: Инновационные стратегии в профессиональной деятельности.	1 КТ-2	Мультимедийная лекция			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
		Контрольная точка №2	Тестирование по пройденному материалу – max 10 баллов					

12	Государственная политика в области инноваций. Проблематика инновационных проектов.	Л: Государственная политика в области инноваций. Интеллектуальная собственность как основа инновационной экономики ПЗ №3: Анализ инновационных решений в сфере туризма	1	Мультимедийная лекция	2	Семинар	10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
13		Л: Региональная политика в области инноваций. ПЗ №4: Метод фокальных объектов.	1	Мультимедийная лекция	2	Практическая работа	10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
15		Л: Факторы, влияющие на успешность инновационного проекта. ПЗ №5: Управление мотивацией персонала в туристской индустрии: от диагностики к индивидуальному подходу	1	Мультимедийная лекция	2	Семинар КТ-3	18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение проекта
		Контрольная точка №3	Тестирование по пройденному материалу – max 10 баллов					
17		Л: Дорожная карта разработки инновационного решения ПЗ №6: Защита индивидуального проекта	1	Мультимедийная лекция	2	Семинар КТ-4	10	Подготовка к экзамену
		Контрольная точка №4	Контрольная точка №4. Презентация индивидуального проекта – max 15 баллов					
			10		12		118	
		Групповая консультация 2 а.ч.						

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		<i>Лист 8</i>

		Промежуточная аттестация в форме экзамена 2 а.ч.						
--	--	---	--	--	--	--	--	--

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

№ п/п	Тема	Очно- заочная форма, а.ч.	Учебно-методическое обеспечение
1.	Инноватика. Значение инновационных процессов.	10	Основная литература 1. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-018932-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1904861 (дата обращения: 23.02.2026). – Режим доступа: по подписке. 2. Управление инновационными проектами : учебное пособие / В. Л. Попов, Н. Д. Кремлев, В. С. Ковшов [и др.] ; под ред. В. Л. Попова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 336 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010105-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2126325 3. Артяков, В. В. Управление инновациями. Методологический инструментарий : учебник / В.В. Артяков, А.А. Чурсин, А.А. Островская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 296 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2099995. - ISBN 978-5-16-019241-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2099995 4. Музыченко, В. В. HR в стартапе : практическое пособие / В.В. Музыченко. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 224 с. — (Просто, кратко, быстро). - ISBN 978-5-16-009804-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2235492 Дополнительная литература 1. Рынок нейромаркетинговых исследований. Компании, технологии, практика применения и перспективы развития : монография / С. М. Березка, А. Ю.
2.	Основа инновационных процессов.	10	
3.	Жизненный цикл инноваций. Инновации в бизнес-процессах.	10	
4.	Управление инновациями.	10	
5.	Конкуренция – как стимуляция инновационных процессов.	10	
6.	Роль малого и среднего бизнеса в инновационной деятельности. Программные средства в инновационной деятельности. Особенности использования ИИ	10	
7.	Инновационные стратегии в профессиональной деятельности.	10	
8.	Государственная политика в области инноваций. Интеллектуальная собственность как основа инновационной экономики	10	
9.	Региональная политика в области инноваций.	10	

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 10
---	--	--

10.	Факторы, влияющие на успешность инновационного проекта.	18	Ковалёнок, А. Ю. Шамалова [и др.] ; под общ. ред. С. М. Березки, А. Ю. Ковалёнок ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Высшая школа бизнеса, Департамент операционного менеджмента и логистики. - 2-е изд. – Москва : Издательский дом ВШЭ, 2025. - 111 с. – (Аналитические доклады Высшей школы бизнеса ВШЭ ; Выпуск 4). - ISBN 978-5-7598-2867-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2205355
11.	Дорожная карта разработки инновационного решения	10	2. Розин, М. В. Восхождение по спирали: Теория и практика реформирования организаций : практическое руководство / М. В. Розин. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 472 с. - ISBN 978-5-9614-8016-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2236026 3. Дерябина, Г. Г. Цифровая трансформация бизнеса: модели, коммуникации, образование: научный альманах / Г. Г. Дерябина, Н. В. Трубникова. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 220 с. – ISBN 978-5-394-05708-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2198451 4. Дейвенпорт, Т. Внедрение искусственного интеллекта в бизнес-практику: Преимущества и сложности : практическое руководство / Т. Дейвенпорт. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 320 с. - ISBN 978-5-9614-3952-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2235397

7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции,	Содержание компетенции (индикатора достижения)	Раздел дисциплины, обеспечивающий	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (индикатора достижения компетенции) обучающийся должен:
---------	------------------------	---	--------------------------------------	---

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 11
--	--	--

	индикатора достижения компетенции	компетенции)	формирование компетенции (индикатора достижения компетенции)	знать	уметь	владеть
1	ПК-5	Способен применять инновационные технологии и актуальные данные для оптимизации маркетинговых решений в туристской деятельности с учетом устойчивого развития и потребностей различных сегментов рынка				
		ПК-5.2. Использует цифровые инновационные технологии, включая геолокационные сервисы, мобильные приложения, виртуальную и дополненную реальность, для оптимизации маркетинговых коммуникаций, персонализации туристских предложений и повышения эффективности продвижения туристских продуктов	Все разделы	Основные принципы работы и применения геолокационных сервисов, мобильных приложений, виртуальной и дополненной реальности в туристской индустрии, тренды и перспективы развития цифровых инноваций в туристской сфере, в том числе геолокационных сервисов и VR/AR-решений	Интегрировать геолокационные сервисы, мобильные приложения, сервисы виртуальной и дополненной реальности в деятельность организации туристской индустрии	Навыками работы с платформами геолокационного маркетинга, техниками разработки и тестирования мобильных приложений для туристских организаций, методами создания VR/AR-контента
2	ОПК-1	Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере				
		ОПК-1.1 Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности	Все разделы	современные программные продукты в профессиональной туристской деятельности современные технологические новации в туризме, новации в формировании туристского продукта на основе информационно коммуникативных технологий	анализировать и отбирать программные продукты, актуальные для конкретной профессиональной ситуации использовать современные технологические новации в туризме при формировании туристского продукта; адаптировать инновационный туристский продукт под индивидуальные и специальные требования туриста	навыком поиска, анализа и выбора современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности навыком формирования туристского продукта с использованием технологических новаций, технологиями адаптации турпродукта под индивидуальные потребности туриста

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 12

		ОПК-1.2 Использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма	Все разделы	условия и критерии использования специализированных программных продуктов в сфере туризма Технологии и приёмы организации продажи туристских продуктов и услуг	использовать специализированные программные продукты в целях осуществления технологических процессов в туризме Анализировать возможности применения определенных технологий и приёмов продажи турпродуктов и услуг	навыками использования специализированных программных продуктов в сфере туризма Навыками продажи туристских продуктов и услуг
--	--	---	--------------------	---	---	--

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
Знание основных принципов работы и применения геолокационных сервисов, мобильных приложений, виртуальной и дополненной реальности в туристской индустрии, тренды и перспективы развития цифровых инноваций в туристской сфере, в том числе геолокационных сервисов и VR/AR-решений Умение интегрировать геолокационные сервисы, мобильные приложения, сервисы виртуальной и дополненной реальности в деятельность организации туристской индустрии. Владение навыками работы с платформами геолокационного маркетинга, техниками разработки и тестирования мобильных приложений для туристских организаций, методами создания VR/AR-контента.	тестирование по теоретическому материалу, индивидуальный проект	Студент продемонстрировал знание основных принципов работы и применения геолокационных сервисов, мобильных приложений, виртуальной и дополненной реальности в туристской индустрии, тренды и перспективы развития цифровых инноваций в туристской сфере, в том числе геолокационных сервисов и VR/AR-решений. Студент продемонстрировал умение интегрировать геолокационные сервисы, мобильные приложения, сервисы виртуальной и дополненной реальности в деятельность организации туристской индустрии. Студент продемонстрировал владение навыками работы с платформами геолокационного маркетинга, техниками разработки и тестирования мобильных приложений для туристских организаций, методами создания VR/AR-контента.	Закрепление способности использовать цифровые инновационные технологии, включая геолокационные сервисы, мобильные приложения, виртуальную и дополненную реальность, для оптимизации маркетинговых коммуникаций, персонализации туристских предложений и повышения эффективности продвижения туристских продуктов
Знание современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности; современных технологических новаций в туризме, новаций в формировании туристского продукта на основе информационно-коммуникативных технологий; условий и критериев использования специализированных программных продуктов в сфере туризма; технологий и приёмов организации продажи	тестирование по теоретическому материалу, индивидуальный проект	Студент демонстрирует знание современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности; современных технологических новаций в туризме, новаций в формировании туристского продукта на основе информационно-коммуникативных технологий; условий и критериев использования специализированных программных продуктов в сфере туризма; технологий и приёмов	Закрепление способности осуществлять поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности; использовать технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма



туристских продуктов и услуг.
Умение анализировать и отбирать программные продукты, актуальные для конкретной профессиональной ситуации; использовать современные технологические новации в туризме при формировании туристского продукта; адаптировать инновационный туристский продукт под индивидуальные и специальные требования туриста; использовать специализированные программные продукты в целях осуществления технологических процессов в туризме; анализировать возможности применения определенных технологий и приёмов продажи турпродуктов и услуг.
Владение навыком поиска, анализа и выбора современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности; навыком формирования туристского продукта с использованием технологических новаций, технологиями адаптации турпродукта под индивидуальные потребности туриста; навыками использования специализированных программных продуктов в сфере туризма; навыками продажи туристских продуктов и услуг.

организации продажи туристских продуктов и услуг.
Студент демонстрирует умение анализировать и отбирать программные продукты, актуальные для конкретной профессиональной ситуации; использовать современные технологические новации в туризме при формировании туристского продукта; адаптировать инновационный туристский продукт под индивидуальные и специальные требования туриста; использовать специализированные программные продукты в целях осуществления технологических процессов в туризме; анализировать возможности применения определенных технологий и приёмов продажи турпродуктов и услуг.
Студент демонстрирует владение навыком поиска, анализа и выбора современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности; навыком формирования туристского продукта с использованием технологических новаций, технологиями адаптации турпродукта под индивидуальные потребности туриста; навыками использования специализированных программных продуктов в сфере туризма; навыками продажи туристских продуктов и услуг.

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам в ФГБОУ ВО «РГУТИС».

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	Количество баллов
выполнено верно заданий	9-10 баллов, если (90 – 100)% правильных ответов
	7-8 баллов, если (70 – 89)% правильных ответов
	5-6 баллов, если (50 – 69)% правильных ответов
	3-4 балла, если (30 – 49)% правильных ответов
	1-2 балла, если (10 – 29)% правильных ответов

Средство оценивания – выполнение индивидуального проекта

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при презентации индивидуального проекта

Количество баллов	Критерии оценивания	Показатели оценивания
14-15 баллов	<u>Полнота исследования</u>: презентация содержит все обязательные разделы, каждый из которых раскрыт глубоко и содержательно <u>Структура и логика</u>: материал изложен последовательно, логично перетекает от анализа к выводам и предложениям <u>Визуализация</u>: не менее 8 слайдов; более 80% контента – графики, схемы, фото, диаграммы; текст используется тезисно <u>Самостоятельность</u>: студент свободно излагает материал без опоры на текст слайдов или подсказки <u>Регламент</u>: выступление уложилось в отведенное время (5-7 минут) <u>Источники</u>: представлен актуальный список использованных источников (не менее 5-7)	<u>Знание материала</u>: студент демонстрирует абсолютное владение материалом, глубоко понимает специфику исследуемой темы <u>Анализ и предложения</u>: проведен комплексный анализ; предложенные решения логически вытекают из проведенного анализа. Эти решения являются обоснованными и инновационными; для каждого четко спрогнозирован экономический или социальный эффект <u>Ответы на вопросы</u>: дает полные, уверенные, аргументированные ответы на все дополнительные вопросы, свободно ориентируется в деталях проекта

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 16

		<u>Компетенции:</u> проект подтверждает полное освоение требуемых компетенций
9-13 баллов	<u>Полнота исследования:</u> презентация содержит все обязательные разделы, но некоторые раскрыты поверхностно <u>Структура и логика:</u> материал изложен грамотно, но есть незначительные нарушения логической последовательности <u>Визуализация:</u> не менее 10 слайдов; иллюстративный материал преобладает, но на некоторых слайдах много текста <u>Самостоятельность:</u> студент в основном излагает самостоятельно, но периодически обращается к заметкам или тексту слайдов <u>Регламент:</u> незначительно превышено время выступления <u>Источники:</u> список источников присутствует, но может быть недостаточно полным или некорректно оформлен	<u>Знание материала:</u> студент показывает уверенное знание основного материала своего проекта <u>Анализ и предложения:</u> анализ по ключевым пунктам проведен, но может быть недостаточно глубоким или не все выводы обоснованы; решения предложены, но их инновационность или экономическое обоснование проработаны слабее <u>Ответы на вопросы:</u> отвечает на большинство вопросов, но может допускать неточности или испытывать затруднения с аргументацией по некоторым аспектам <u>Компетенции:</u> проект в целом подтверждает освоение компетенций на хорошем уровне
4-8 баллов	<u>Полнота исследования:</u> представлены не все обязательные разделы, или большинство разделов раскрыты формально <u>Структура и логика:</u> заметны нарушения логики, связь между анализом и предложениями слабая <u>Визуализация:</u> количество слайдов может быть менее 8; презентация перегружена текстом, мало иллюстраций <u>Самостоятельность:</u> студент сильно зависит от текста слайдов, читает с них <u>Регламент:</u> значительное превышение или недобор времени <u>Источники:</u> список источников минимален (1-2) или отсутствует	<u>Знание материала:</u> знания носят фрагментарный характер, студент путается в основных понятиях и выводах собственного исследования <u>Анализ и предложения:</u> анализ проведен поверхностно, методологии применены формально, без глубоких выводов; предложенные решения носят общий характер, не привязаны к анализу или не имеют четкого прогноза эффекта <u>Ответы на вопросы:</u> затрудняется с ответами на уточняющие вопросы, допускает фактические ошибки, не может объяснить логику своих решений <u>Компетенции:</u> освоение компетенций подтверждено на минимально допустимом уровне
1-3 балла	<u>Полнота исследования:</u> раскрыты лишь 1-2 пункта из требований, тема проекта не раскрыта <u>Структура и логика:</u> структура	<u>Знание материала:</u> студент обнаруживает незнание ключевых аспектов проекта и базовых понятий

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 17
---	--	--

	отсутствует, информация подана хаотично <u>Визуализация</u>: слайды представляют собой сплошной текст без оформления, количество слайдов не соответствует требованию <u>Самостоятельность</u>: студент не может изложить материал без зачитывания <u>Регламент</u>: грубое нарушение регламента <u>Источники</u>: источники не указаны	<u>Анализ и предложения</u>: анализ отсутствует или полностью некорректен; предложения не сформулированы или неадекватны <u>Ответы на вопросы</u>: не может ответить на вопросы по проекту или отвечает неверно <u>Компетенции</u>: не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
--	---	---

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Устный опрос

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при устном ответе

Оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	– полно раскрыто содержание материала; – материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; – продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала; – точно используется терминология; – показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; – ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов; – продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; – продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы; – допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию	– обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, – знание основной и дополнительной литературы; – последовательно и четко отвечает на вопросы; – уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; – демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; – подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой
«4»	– вопросы излагаются систематизировано и последовательно; – продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; – продемонстрировано усвоение	– обучающийся показывает полное знание – программного материала, основной и – дополнительной литературы; – дает полные ответы на теоретические вопросы и

	основной литературы. – ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков: – а) в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; – б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя; – в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя	дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности; – правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций; – демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
«3»	– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; – усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам; – имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; – при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение основной литературы	– обучающийся показывает знание основного – материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; – при ответе на вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения; – не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций; – подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне
«2»	– не раскрыто основное содержание учебного материала; – обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; – допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов. – не сформированы компетенции, умения и навыки.	– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; – не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом; – не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

Оценочная шкала устного ответа

Процентный интервал оценки	Оценка
менее 50%	2
51% - 70%	3
71% - 85%	4
86% - 100%	5

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 19
--	--	--

7.3. 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.

Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
5	Раздел 1. Все темы раздела.	Контрольная точка №1. Письменный опрос в форме тестирования.	В тесте 15 вопросов. Ответы на вопросы теста даются в электронной форме через систему onlinetestpad. Для ответа на один вопрос студенту дается 1 минута. Предел длительности всего контроля- 15 минут Максимум 10 баллов
11	Раздел 2. Все темы раздела.	Контрольная точка №2. Письменный опрос в форме тестирования.	В тесте 15 вопросов. Ответы на вопросы теста даются в электронной форме через систему onlinetestpad. Для ответа на один вопрос студенту дается 1 минута. Предел длительности всего контроля- 15 минут Максимум 10 баллов
16	Раздел 3. Все темы раздела	Контрольная точка №3. Письменный опрос в форме тестирования.	В тесте 15 вопросов. Ответы на вопросы теста даются в электронной форме через систему onlinetestpad. Для ответа на один вопрос студенту дается 1 минута. Предел длительности всего контроля- 15 минут Максимум 10 баллов
17		Контрольная точка №4. Презентация индивидуального проекта	Работа должна отвечать следующим критериям: 1. Актуальность темы и предлагаемых решений, реальность, практическая направленность и значимость работы. 2. Качество оформления проекта: соответствие требованиям к структуре текста и оформлению, качество схем, рисунков; литературность и научность изложения материала. 3. Грамотность речи, владение специальной терминологией по теме работы в выступлении. 4. Регламент выступления 5-7 минут. Максимум 15 баллов

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 20</i>
--	---	---------------------------------------

Текущий контроль по блокам.

Текущий контроль по блоку 1.

Контрольная точка №1.

1 Инновация – это..?

Кол-во правильных ответов - 1

- 1 деятельность, направленная на использование разработок, результатов прикладных научных исследований и опытно-конструкторских разработок для улучшения качества сервиса
- 2 оформленный результат, фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению её эффективности
- 3 конечный результат внедрения изобретения с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта
- 4 нет правильного ответа

2 Инновационная деятельность – это:

Кол-во правильных ответов - 1

- 1 процесс, направленный на использование разработок, результатов прикладных научных исследований и опытно-конструкторских разработок для улучшения качества деятельности
- 2 процесс оформленный как результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению её эффективности
- 3 начальные результат внедрения изобретения с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта
- 4 нет правильного ответа

3 Три возможных типа изменчивости технологии относительно спроса на продукцию фирмы (изделие, услугу) по теории И. Ансова (И. Ансоффа):

Кол-во правильных ответов - 1

- 1 новая, стабильная и отмирающая
- 2 стабильная, плодотворная и изменчивая
- 3 последовательная, лидерская и аутсайдерская
- 4 нет правильного ответа

4 Инновационный проект – это

Кол-во правильных ответов - 1

- 1 документ, содержащий план проведения комплекса научных, научно-технических, опытно-конструкторских, маркетинговых исследований и работ, направленных на достижение инновации, а также технико-экономические показатели
- 2 конечный результат интеллектуального творческого труда
- 3 совокупность организаций, выполняющих работы и оказывающих услуги, необходимые для осуществления инновационной деятельности
- 4 метод комплексного инновационного исследования объекта с целью развития его полезных функций

5 Комплексная механизация и автоматизация производства предполагает...

Кол-во правильных ответов - 1

- 1 внедрение автоматических линий и промышленных роботов

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 21
--	--	--

- 2 внедрение новых видов сырья
- 3 внедрение прогрессивных технологических процессов
- 4 все ответы верны
- 6 **Американская модель инноваций подразумевает:**
Кол-во правильных ответов - 1
 - 1 венчурное или рисковое предпринимательство
 - 2 оценке возможностей использования новшества
 - 3 планомерное исследование новых технологий и информационных ресурсов
 - 4 кооперацию науки и производства
- 7 **Экономический эффект от реализации инновационного проекта характеризуется показателями:**
Кол-во правильных ответов - 1
 - 1 снижение отходов производства; улучшение экологичности выпускаемых товаров; повышение эргономичности производства
 - 2 увеличение рабочих мест, повышение квалификации работников; улучшения условий труда
 - 3 чистый доход от внедрения изобретения; прирост объема продаж; сокращение срока окупаемости инвестиций
 - 4 увеличение удельного веса новых информационных технологий; повышение коэффициента автоматизации производства
- 8 **ElectroNeek – ведущая RPA-платформа – позволяет:**
Кол-во правильных ответов - 1
 - 1 осуществить постановку цели и выбор стратегии
 - 2 автоматизировать рутинную деятельность
 - 3 создать прогноз финансовой отчетности
 - 4 исследование и реализация инновационных проектов
- 9 **Исследовательский этап заключается в том, что:**
Кол-во правильных ответов - 1
 - 1 нововведение от идеи «вырастает» до некоего серийно применимого образца
 - 2 новый продукт или новая технология в результате исследовательского поиска и отбора получают свое «рождение» в виде идеи
 - 3 процесс разработки полностью завершен (наступает «спад» креативной активности) и инновация готова для коммерциализации массового сбыта
 - 4 образец «созревает» до готового товара и может вырабатываться в промышленных масштабах
- 10 **Конструкторский этап заключается в том, что:**
Кол-во правильных ответов - 1
 - 1 нововведение от идеи «вырастает» до некоего серийно применимого образца
 - 2 новый продукт или новая технология в результате исследовательского поиска и отбора получают свое «рождение» в виде идеи
 - 3 процесс разработки полностью завершен (наступает «спад» креативной активности) и инновация готова для коммерциализации массового сбыта
 - 4 образец «созревает» до готового товара и может вырабатываться в промышленных масштабах
- 11 **Организационно-управленческие инновационные стратегии – это:**
Кол-во правильных ответов - 1
 - 1 группа научно-технических, производственных, маркетинговых и сервисных стратегий
 - 2 стратегии, касающиеся изменения систем управления

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 22
--	---	--------------------------------

- 3 стратегии, которые ориентированы на создание новых товаров, услуг, технологий
- 4 нет правильного ответа
- 12 **В современной концепции жизненный цикл технологического уклада имеет три фазы развития. Вторая фаза ...**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 связана со структурной перестройкой экономики на базе новой технологии производства и соответствует периоду доминирования нового технологического уклада примерно в течение 50 лет
- 2 приходится на отмирание устаревающего технологического уклада
- 3 приходится на его зарождение и становление в экономике предшествующего технологического уклада
- 4 нет верного ответа
- 13 **Отметьте показатели качества любой инфографики:**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 Текст используется минимально
- 2 Поставлена проблема
- 3 Смысл контента понятен по изображениям и без текста
- 4 все варианты верны
- 14 **Иновационные ERP-системы (Enterprise Resource Planning) – это:**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 система прогнозирования внешней среды, мониторинг социально-экономической и правовой среды, создание системы резервов
- 2 система контроля сбыта и поставок, кредиторской задолженности, инвестиций, распределение ответственности между участниками, а также рисков во времени
- 3 информационная система для управления всеми бизнес-процессами и ресурсами компании на основе единой базы данных
- 4 система проверки партнеров, рискованных проектов, страхование различных видов рисков, поиск гарантов
- 15 **Исследование Gartner Hype Cycle for Emerging Technologies – это:**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 исследование информационных систем
- 2 исследование бизнес-процессов
- 3 ежегодный свод технологий, которые зародились не так давно, но вызывают большой ажиотаж
- 4 нет правильного ответа

Текущий контроль по блоку 2.
Контрольная точка №2.

- 1 **Решение ... разработано специально для подрядчиков, упрощает составление календарных графиков, оформление отчетов и планирование этапов реализации проекта:**
Кол-во правильных ответов - 1
- 1 Oracle Primavera Contractor
- 2 Oracle Primavera Contract Management
- 3 Oracle Primavera Risk Analysis
- 4 нет правильного ответа
- 2 **Управленческие требования определяют требования к ...:**

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 23
--	---	--------------------------------

Кол-во правильных ответов - 1

- 1 контекстной помощи, графическим возможностям и удобству доступа к данным
- 2 характеристикам компьютеров, программ, к сетевой архитектуре
- 3 функциональным характеристикам программ управления проектами
- 4 все ответы верны
- 3 ... – это специалисты, ответственные за разработку детальных планов достижения целей, распределение работ по исполнителям, планирование использования ресурсов

Кол-во правильных ответов - 1

- 1 высшее руководство
- 2 специалисты на местах
- 3 менеджеры
- 4 руководители подразделений
- 4 Мера готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели, т.е. мера готовности к реализации проекта или программы инновационных стратегических изменений – это инновационный (ая) ... организации.

Кол-во правильных ответов - 1

- 1 климат
- 2 стратегия
- 3 политика
- 4 среда
- 5 Управление портфелем проектов на уровне принятия стратегических решений обеспечивает модуль ...

Кол-во правильных ответов - 1

- 1 WelcomHome
- 2 Open Plan
- 3 WelcomPortfolio
- 4 WelcomRisk
- 6 Каналы получения информационных ресурсов бывают:

Кол-во правильных ответов - 2

- 1 Внутренние
- 2 Промежуточные
- 3 Внешние
- 4 Выигрышные
- 7 Управление всеми статьями расходов в течение всех фаз жизненного цикла проекта обеспечивает программное обеспечение для управления ...

Кол-во правильных ответов - 1

- 1 коммуникациями
- 2 расписанием
- 3 ресурсами
- 4 стоимостью
- 8 Инновационная среда организации складывается из инновационного потенциала и инновационного (ой) ...

Кол-во правильных ответов - 1

- 1 климата
- 2 стратегии
- 3 политики
- 4 потенциала

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 24
--	--	--

- 9 Требования к пользовательскому интерфейсу включают ...**
Кол-во правильных ответов - 1
1 использование иерархической структуры ресурсов, временной анализ по методу критического пути, анализ рисков
2 защиту от несанкционированного доступа, удобство доступа и передачи информации, наличие функций OLAP
3 контекстную помощь, графические возможности, удобство доступа к данным
4 предоставление доступа к данным удаленным пользователям, оповещения и напоминания о работах
- 10 Решение ... позволяет получить объективное представление о резервах, необходимых для устранения последствий неопределенностей в области затрат и графика реализации проекта:**
Кол-во правильных ответов - 1
1 Oracle Primavera Contractor
2 Oracle Primavera Contract Management
3 Oracle Primavera Risk Analysis
4 нет верного ответа
- 11 Информационная система управления проектом ...**
Кол-во правильных ответов - 1
1 объединяет данные из различных подразделений и организаций
2 структурирована по подразделениям компании
3 разрабатывается для поддержки отдельных функций управления
4 нет верного ответа
- 12 Гибкость организационных структур, демократичность в управлении, децентрализация, допущение корректировок – все это:**
Кол-во правильных ответов - 1
1 организационно-управленческие факторы
2 социальные факторы
3 организационные факторы
4 управленческо-культурные факторы
- 13 Требования к механизму планирования включают ...**
Кол-во правильных ответов - 1
1 использование иерархической структуры ресурсов, временной анализ по методу критического пути, анализ рисков
2 контекстную помощь, графические возможности, удобство доступа к данным
3 защиту от несанкционированного доступа, удобство доступа и передачи информации, наличие функций OLAP
4 предоставление доступа к данным удаленным пользователям, оповещения и напоминания о работах
- 14 Доведение новой идеи до практического применения – это:**
Кол-во правильных ответов - 1
1 патент
2 ноу-хау
3 прогнозирование
4 инновация
- 15 Система управления проектами ...**
Кол-во правильных ответов - 1
1 включает в себя комплекс методологических, нормативных документов, а также программно-аппаратных решений

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 25
--	---	--------------------------------

- 2 включает в себя комплекс программных средств, имитационных, статистических и аналитических моделей процессов
- 3 позволяют передавать аудио-, видеoinформацию по локальным сетям и Internet
- 4 нет верного ответа

Текущий контроль по блоку 3 Контрольная точка № 3.

1. Радикальные инновации - это...

1. это значительное изменение, которое одновременно влияет как на бизнес-модель, так и на технологию компании.
2. инновации, которые могут вносить решающие изменения в конкурентную среду, чего не может сделать постепенная инновация.
3. способ выжать как можно больше ценности из существующих товаров или услуг без внесения значительных изменений или крупных инвестиций
4. нет верного ответа

2. Наступательная стратегия –

1. обеспечивает лидирующую позицию на рынке, что требует высоких затрат на нововведения.
2. держаться вплотную за лидером, заимствуя его новшества и внося в них некоторые изменения.
3. предполагает концентрацию ресурсов на определенных, наиболее эффективных направлениях, что создает условия для перехода к наступательной стратегии.
4. занятие свободных ниш на рынке, при этом затраты на инновации определяются тактическими соображениями.

3. Оборонительная стратегия –

1. держаться вплотную за лидером, заимствуя его новшества и внося в них некоторые изменения.
2. предполагает концентрацию ресурсов на определенных, наиболее эффективных направлениях, что создает условия для перехода к наступательной стратегии.
3. занятие свободных ниш на рынке, при этом затраты на инновации определяются тактическими соображениями.
4. самосохранение компании путем выполнения на контрактной основе работ для предприятия инноваторов.

4. Имитационная стратегия –

1. следовать за лидерами, выполняя их действия, и не осуществлять больших затрат на нововведения.
2. предполагает концентрацию ресурсов на определенных, наиболее эффективных направлениях, что создает условия для перехода к наступательной стратегии.
3. обеспечивает лидирующую позицию на рынке, что требует высоких затрат на нововведения.
4. самосохранение компании путем выполнения на контрактной основе работ для предприятия инноваторов.

5. Зависимая стратегия –

1. самосохранение компании путем выполнения на контрактной основе работ для предприятия инноваторов.
2. обеспечивает лидирующую позицию на рынке, что требует высоких затрат на нововведения.
3. держаться вплотную за лидером, заимствуя его новшества и внося в них некоторые изменения.



4. предполагает концентрацию ресурсов на определенных, наиболее эффективных направлениях, что создает условия для перехода к наступательной стратегии.

6. Традиционная стратегия –

1. бороться за выживание, используя привычные консервативные технологии при минимуме затрат на нововведения.
2. обеспечивает лидирующую позицию на рынке, что требует высоких затрат на нововведения.
3. предполагает концентрацию ресурсов на определенных, наиболее эффективных направлениях, что создает условия для перехода к наступательной стратегии.
4. занятие свободных ниш на рынке, при этом затраты на инновации определяются тактическими соображениями.

7. Опportunистическая стратегия –

1. занятие свободных ниш на рынке, при этом затраты на инновации определяются тактическими соображениями.
2. бороться за выживание, используя привычные консервативные технологии при минимуме затрат на нововведения.
3. держаться вплотную за лидером, заимствуя его новшества и внося в них некоторые изменения.
4. самосохранение компании путем выполнения на контрактной основе работ для предприятия инноваторов.

8. В каком варианте перечислены только внешние факторы инновационной активности организации?

1. состояние экономики, уровень конкуренции, динамика спроса.
2. личностно-психологические, состояние экономики, динамика спроса.
3. структурные, характеристика персонала, уровень конкуренции.
4. структурные, личностно-психологические, характеристика персонала.

9. Что не является методикой инновационного процесса?

1. стратегическая
2. интуитивная
3. дискурсивная
4. комбинированная

10. Какая из перечисленных моделей не является моделью инновационного процесса?

1. Китайская модель
2. Японская модель
3. Европейская модель
4. Американская модель

11. Наука об инновациях, область знаний, которая исследует технические нововведения, их появление и развитие –

1. Инноватика
2. Электротехника
3. Техническая
4. Материаловедение

12. К источникам новаций относятся:

1. Научные исследования и опытно-конструкторские разработки
2. Законы и постановления государственной власти
3. Мнение потребителей услуг
4. Продукция конкурентов
5. Всё вышеперечисленное

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 27
---	---	--------------------------------

13. Жизненный цикл инноваций включает этапы:

1. зарождение инновационной идеи и инновационного проекта
2. создание новшества
3. угасание инновации
4. распространение и потребление инновации

14. К инновационной деятельности НЕ относятся следующие виды деятельности:

1. производство новой или усовершенствованной продукции также создание и развитие инновационной инфраструктуры
2. проведение испытаний с целью сертификации и стандартизации новых технологических процессов, товаров
3. повышение эффективности производства ранее известными методами
4. внедрение новых идей и научных знаний в сферы управления обществом

15. Закономерность растущей интеллектуализации общества по мере движения его от ступени к ступени осуществляется благодаря тому, что:

1. инновации являются каналом для воплощения в жизнь достижений человеческого интеллекта
2. с помощью инновации расширяется круг производимых товаров и услуг, улучшается их качество, что способствует росту потребностей каждого человека и общества в целом и удовлетворению этих потребностей
3. инновации дают возможность вовлекать в производство новые производительные силы, производить товары и услуги с меньшими затратами труда, материалов, энергии
4. концентрация инноваций в этой или иной сфере помогает привести в соответствие структуру воспроизводства со структурой изменившихся потребностей и структурой внешней среды

Контрольная точка № 4.

Задание для индивидуального проекта: «Инновации в маркетинге туристских продуктов и сервисов: трансформация клиентского опыта и продвижения»

Цель: исследовать современные маркетинговые и управленческие инновации в сфере туризма и гостеприимства, оценить их эффективность на реальных примерах (российских и зарубежных) и предложить стратегию внедрения в конкретной организации (туроператоре, отеле, онлайн-тревел агентстве, этнографическом парке, событийном проекте, транспортной компании).

1. Выбор темы

Каждый студент выбирает одну тему из списка или предлагает свою (согласовать с преподавателем):

✓ Agile-маркетинг в туризме: как гибкие методологии помогают быстро адаптировать рекламные кампании под меняющийся спрос, сезонность и тренды в путешествиях.

✓ Искусственный интеллект в маркетинге туристских услуг: персонализация предложений, динамическое ценообразование, предиктивная аналитика туристических потоков, создание контента для соцсетей с помощью нейросетей.

✓ Геймификация в продвижении туристских дестинаций: применение игровых механик в мобильных приложениях для туристов, квестах по городам, программах лояльности отелей и авиакомпаний.

✓ Управление через DAO в туристических сообществах: децентрализованные платформы для совместного бронирования, краудфандинг туристических проектов, голосования за развитие территорий без посредников.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 28
--	---	--------------------------------

✓ Цифровые двойники туристских дестинаций: создание виртуальных копий городов, музеев и курортов для продвижения и предпродажи впечатлений (цифровой туризм до реальной поездки).

✓ Биохакинг продуктивности для гидов и экскурсоводов: индивидуальные подходы к управлению энергией, сохранению голоса и эмоциональной устойчивости при высоких нагрузках в высокий сезон.

✓ Холакратия вместо иерархии в туристическом бизнесе: управление сетевыми агентствами, горизонтальные команды в отельном сервисе и событийном менеджменте.

✓ Data-driven маркетинг в туризме: принятие решений о разработке новых туров и каналов продвижения на основе Big Data (данные сотовых операторов, поисковые запросы, отзывы, геолокация).

✓ Управление удаленными командами гидов и турлидеров: инструменты координации и мотивации внештатных сотрудников, работающих с туристами в разных точках мира.

✓ Эмоциональный интеллект чат-ботов в туристической поддержке: использование AI для распознавания эмоций путешественников, разрешения конфликтных ситуаций с отелями и авиакомпаниями, персонализированных рекомендаций.

✓ Кросс-функциональные команды в туризме: как объединить маркетологов, продавцов, экскурсоводов и отельеров для создания комплексного клиентского опыта на всех этапах путешествия.

✓ ESG-маркетинг в туризме: интеграция экологических и социальных целей в продвижение турпродуктов (устойчивый туризм, ответственное отношение к природе и местным сообществам).

✓ Инновации в антикризисном маркетинге туристских дестинаций: кейсы восстановления спроса после пандемии, природных катастроф или геополитических событий.

✓ Маркетинг поколения Z в туризме: особенности продвижения турпродуктов для молодых путешественников, работа с коротким вниманием, TikTok-стратегии, инфлюенс-маркетинг.

✓ Блокчейн для прозрачности туристического сервиса: отслеживание цепочек бронирований, подтверждение подлинности отзывов, защита от мошенничества с билетами и ваучерами.

✓ Нейромаркетинг в туризме: применение нейронауки для дизайна туристических сайтов, создания рекламных креативов, оптимизации впечатлений в отелях и на экскурсиях.

✓ Киберфизические системы в туристской инфраструктуре (Индустрия 4.0 в туризме): умные отели с автоматическим заселением, дроны для доставки еды туристам, роботы-экскурсоводы в музеях, интернет вещей для управления номерным фондом.

2. Анализ инновации

Провести исследование по следующим пунктам:

Провести исследование по следующим пунктам, применяя их к сфере туризма и гостеприимства:

1. Суть инновации: какие технологии, методы или маркетинговые подходы предлагаются; как именно они меняют привычные процессы продвижения, продаж и обслуживания туристов; какую проблему путешественников или бизнеса они решают; как влияют на клиентский опыт.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 29</i>
--	---	---------------------------------------

2. Преимущества и риски для туристического бизнеса и потребителей: какие маркетинговые метрики улучшаются (конверсия бронирований, LTV туриста, удовлетворенность, повторные визиты, узнаваемость бренда); какие риски возникают (технологические сбои, отторжение аудиторией, этические вопросы, потеря человеческого контакта в сервисе, репутационные издержки).

3. Примеры успешного или неудачного применения: анализ не менее двух-трех реальных кейсов из практики российских или зарубежных туристических компаний (можно использовать кейсы TUI, Ostrovok.ru, Яндекс Путешествий, РЖД, курортов Красной Поляны, зарубежных DMC, музеев, национальных парков, авиакомпаний).

3. Разработка рекомендаций

Разработать рекомендации для внедрения инновации в конкретной организации туристической сферы:

1. Шаги внедрения: дорожная карта с этапами, сроками, необходимыми ресурсами и ответственными; как тестировать инновацию на пилотной группе туристов или на отдельном направлении.

2. Оценка затрат и ROI: примерная стоимость внедрения (лицензии, разработка, обучение персонала, маркетинговый бюджет) и прогнозируемый экономический эффект (рост продаж, увеличение среднего чека, снижение затрат на привлечение, повышение лояльности и повторных бронирований).

3. Потенциальные барьеры и способы их преодоления: возможные сложности (сезонность, неготовность персонала, низкая цифровая грамотность целевой аудитории, сопротивление консервативных туристов, регуляторные ограничения) и конкретные шаги по их минимизации.

4. Оформление презентации

Структура презентации:

1. Титульный слайд (тема, ФИО студента).

2. Актуальность: почему выбранная инновация важна именно сейчас для туристической отрасли; какие тренды (постковидный туризм, импортозамещение, внутренний туризм, устойчивое развитие, цифровизация) и вызовы рынка она отражает.

3. Анализ инновации: детальное описание сути, преимуществ и рисков с опорой на исследование.

4. Примеры реализации: фото туристических объектов, скриншоты интерфейсов приложений и сайтов, схемы клиентских путей, диаграммы, видео-вставки, иллюстрирующие успешные или неудачные кейсы внедрения в туризме.

5. Рекомендации: конкретные шаги, оценка затрат и ROI, анализ барьеров для выбранного типа туристической организации.

6. Выводы и перспективы: итоговые тезисы о значимости инновации, ее потенциале для рынка туристских продуктов и сервисов, возможные направления дальнейшего развития и масштабирования.

7. Регламент выступления 5-7 минут

Промежуточная аттестация (экзамен).

Вопросы для подготовки к устному экзамену:

1. Основные понятия инновационной деятельности.
2. Классификация инновационной деятельности.
3. Роль инновационных процессов в сфере управления организацией
4. Теория создания инновационных процессов.
5. Процесс разработки и внедрения новшеств.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 30
--	---	--------------------------------

6. Содержание инновационных процессов: социально-культурное, научно-техническое, технологическое, организационное.
7. Источники новаций.
8. Изменения восприятия и ценностных ориентаций в обществе и организациях
9. Каналы получения информации в рамках организации и из вне.
10. Понятие жизненного цикла услуг и инноваций.
11. Стадии жизненного цикла инноваций.
12. Роль технологий в жизненном цикле инноваций.
13. Этапы инновационного процесса: научный, технический, технологический, эксплуатационный.
14. Основные цели инновационного центра
15. Вид деятельности инновационного центра
16. Задачи и функции управления инновациями.
17. Стратегии инновационного развития бизнеса в сервисе и подходы к их управлению
18. Инновации при функционировании организаций, предприятий малого и среднего бизнеса
19. Типология организаций по масштабу и характеру их участия в инновационных процессах
20. Инновации как условие существования конкурентоспособной организации
21. Развитие конкуренции в инновационной деятельности
22. Классификация конкурентного поведения
23. Понятие инновационного проекта
24. Классификация инновационного проекта
25. Планирование и развитие инновационного проекта
26. Интеллектуальная собственность как основа инновационной экономики
27. Государственное регулирование инновационной деятельности
28. Интеллектуальный ресурс и инновационный менталитет как показатели инновационного состояния общества
29. Этапы становления программ инновационного развития региона
30. Система показателей инвестиционной привлекательности региона
31. Использование информационных ресурсов для определения инвестиционной привлекательности региона
32. Виды финансирования инновационных проектов
33. Инновационный потенциал личности
34. Инновационная активность группы, организации
35. Инновационная культура общества
36. Проблемы финансирования инновационных проектов
37. Функции, принципы деятельности и роль в инновационном планировании профессиональных сообществ
38. Интеллектуальная собственность как основа инновационной деятельности

ФОС.

Задания на оценку освоения компетенции ОПК-1

ОПК-1 – способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере; в части индикаторов достижения компетенции:

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 31
--	---	--------------------------------

- ОПК-1.1 – осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности
- ОПК-1.2 – использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма.

Задания закрытого типа

1. **Определите тип инновации, сущность которой (в соответствии с ГОСТ Р 55901-2013) заключается во внедрении нового или значительно улучшенного способа производства или доставки продукта, и под которой подразумеваются значительные изменения в технологии, производственном оборудовании и/или программном обеспечении:**
 - А) процессная инновация
 - Б) продуктовая инновация
 - В) передовая инновация
 - Г) валидная инновация
2. **Выберите правильный вариант типизации инноваций, предложенный в 1985 г. профессорами Гарвардского университета Уильямом Абернати и Кимом Кларком:**
 - А) регулярные, нишевые, революционные, архитектурные
 - Б) новаторские, консервативные
 - В) глобальные, национальные, региональные, отраслевые, локальные
 - Г) эволюционные, радикальные
3. **Какой международный стандарт стал базисом для практически всех существующих ныне систем эко-сертификации отельных предприятий, желающих получить статус «эко-отель»?**
 - А) ISO 14001 (EMS)
 - Б) ISO 9001
 - В) ISO 20000
 - Г) ISO 18001
4. **Из перечисленных ниже типов стандартов выберите тот, который не относится к перечню практики мировой гостиничной отрасли:**
 - А) стандарты комплексного фирменного стиля сети
 - Б) стандарты экскурсионно-информационных услуг
 - В) IT стандарты
 - Г) стандарты управления персоналом
5. **Летом 2015 г. в Луховицком районе (Московская обл.) основан фестиваль «Луховицкий огурец». К какому типу инноваций с точки зрения развития туризма следует относить это событие?**
 - А) Концептуальная инновация
 - Б) Инновация продукта
 - В) Ресурсная инновация
 - Г) Маркетинговая инновация
6. **«Центр» инноваций в США – «Силиконовая долина», а в России?**
 - А) Казань;
 - Б) Уфа;
 - В) Сколково;
 - Г) Москва;
 - Д) Киж;
 - Е) Каспийск.

7. Торговое соглашение, по которому собственник изобретения или технических знаний предоставляет другой стороне разрешение на использование в определённых пределах права на интеллектуальную собственность, называется:

- А) Патентное соглашение
- Б) Лицензионное соглашение
- В) Ноу-хау
- Г) Инжиниринг

8. Передачей прав на использование интеллектуальной собственности является:

- А) патент;
- Б) франшиза;
- В) ведомость;
- Г) доверенность;
- Д) расписка.

9. Из перечисленных ниже агентов выберите не относящегося к числу основных участников гостиничного инновационного проекта:

- А) заказчик проекта инновационного продукта/услуги
- Б) инвестор инновационного продукта/услуги
- В) клиент – потребитель инновационного продукта/услуги
- Г) команда, разрабатывающая инновационный продукт/услугу

10. Выберите правильный перечень главных составляющих цифровой экономики:

- А) Электронная коммерция, интернет-банкинг, интернет-платежи, цифровые платформы и серверы, криптовалюта, краудфандинг, интернет-реклама, онлайн-игры.
- Б) Эквайринг, электронные платёжные системы, распознавание лиц, камеры видеонаблюдения.
- В) CRM-системы, онлайн-сервисы планирования, GPS-навигация, интернет вещей.
- Г) Всё вышеперечисленное.

11. Установление соответствие типов инноваций, которые выделяет Ларри Кили, с их англоязычными оригинальными наименованиями:

1. Модель генерирования прибыли (как вы зарабатываете деньги)	A. Process
2. Налаживание контактов (выстраивание партнёрских отношений)	Б. Product Performance
3. Структура (управление талантами и оптимизация активов)	B. Service
4. Производственный процесс	Г. Channel
5. Характеристика продукции (разработка отличительных характеристик и функциональность)	Д. Customer Engagement
6. Система продукта (введение дополнительных товаров и услуг)	Е. Product System
7. Услуги (усиление ценностного предложения)	Ж. Network
8. Каналы (способы доставки ценностного предложения покупателям и конечным пользователям)	И. Profit Model
9. Бренд (представление ценностного предложения и бизнеса)	К. Structure
10. Взаимодействие с покупателями (как вы способствуете интеракциям)	Л. Brand

12. Гостиница «Honolulu Palace», работающая на рынке гостиничных услуг уже 5 лет, решила внедрить в практику разработку компании Linen Technology Tracking – радиочастотные идентификационные чипы для мониторинга халатов, полотенец и

постельного белья, часто прихватываемых постояльцами «в качестве сувениров». Чипы, не восприимчивые к стиркам, успешно помогают бороться с воровством. Так, отелю начавшему использовать технологию в прошлом году, удалось сократить количество украденных полотенец с 4 тыс. до 750 штук, что позволило экономить порядка 15 200 долларов в месяц. К какому типу инноваций можно отнести это решение?

- А) Инновация процесса
- Б) Институциональная инновация
- В) Инновация в логистике
- Г) Концептуальная инновация

13. Что является основной мотивацией создания, продажи и покупки инноваций?

- А) Получение хозяйствующим субъектом денег для того, чтобы вложить их в прибыльные сферы предпринимательства, поднять свой имидж на рынке, повысить свою конкурентоспособность;
- Б) Захват новых рынков и повышение качества предоставляемых услуг;
- В) Стремление к соответствию качества производимого продукта/услуги международным и национальным стандартам, обеспечивающим его совместимость, унификацию и взаимозаменяемость;
- Г) Стремление удовлетворить запросы клиентов, максимально соответствовать сложившейся на рынке конъюнктуре спроса и динамике предложений конкурентов

14. Распределите перечисленные ниже инструменты менеджмента инновационных предприятий между их категориями в соответствии с рекомендациями ГОСТ Р 55901-2013 «Руководящие указания по обоснованию и разработке стандартов на системы менеджмента для инновационных сфер деятельности» (расставьте номера инструментов в таблице в столбцах их категорий):

ИНСТРУМЕНТЫ МЕНЕДЖМЕНТА ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ				
Категории	СТРАТЕГИЯ	ИНФРАСТРУКТУРА	ЗНАНИЯ	ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ
№№ инструментов				

Инструменты менеджмента инновационного предприятия:

- 1) Закон Парето
- 2) Управление взаимоотношениями с клиентами
- 3) Цепочки добавленной стоимости
- 4) Реинжиниринг бизнес-процессов
- 5) Познавательная экономика
- 6) Инновационный менеджмент
- 7) «Длинный хвост»
- 8) Стратегия «Голубого океана»
- 9) Проектный менеджмент
- 10) Обучающаяся организация
- 11) Менеджмент знаний
- 12) Веб 2.0

15. Что из нижеперечисленного относится к внутрикорпоративному регулированию цифровой экономики?

© РГУТИС

- А) Комплекс мер, направленных на цифровизацию деятельности компании. Например, установка серверов, CRM-систем.
- Б) Разработка приложений и техническое сопровождение таких проектов.
- В) Составление нормативных актов использования цифрового оборудования и прибыли от пользования цифровыми ресурсами.
- Г) Комплекс документации, которая разрабатывается и применяется для установления порядка работы с использованием цифровых технологий внутри компании, а также во взаимодействии с контрагентами и клиентами этой компании.

16. В контексте «теории поколений» основными потребителями гостиничных услуг сегодня становятся представители «поколения Y». Распределите предложенные характеристики потребителей гостиничных услуг по их преобладающему отношению к трём «соседствующим» поколениям (расставьте номера характеристик в соответствующие ячейки таблицы):

ПОКОЛЕНИЕ X (1964-1980)			VS	ПОКОЛЕНИЕ Y (1984-2002)			VS	ПОКОЛЕНИЕ Z (2003-2021)		
										
№№										

Характеристики поколений:

- 1) стремятся к приключениям
- 2) реалистичны и прагматичны, расчётливы
- 3) привыкли к авторитаризму
- 4) глобально сообразительны
- 5) не признают авторитетов
- 6) преданы компании и ждут того же от коллег
- 7) оптимистичны и прогрессивны
- 8) предпочитают гибкий график
- 9) любят дисциплину
- 10) экологичность и забота об окружающей среде – в приоритете

17. Среди перечисленных выберите один из факторов, определяющих инновационное развитие (на уровне производства, финансов, технологий и инфраструктуры):

- А) Модификация системы предоставления услуг гостям гостиницы
- Б) Общее законодательство страны
- В) Ресурсные факторы развития
- Г) Отношения между консерваторами и новаторами

18. Что такое цифровые платформы?

© РГУТИС

- А) Цифровые носители информации;
- Б) Облачные хранилища;
- В) Информационные системы;
- Г) Любая оцифрованная информация.

19. Распределите перечисленные приёмы инновационного менеджмента между их видами (расставьте номера характеристик в соответствующие ячейки таблицы):

ПРИЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА			
	Приемы, воздействующие только на производство инноваций	Приемы, воздействующие как на производство, так и на реализацию, продвижение и распространение инноваций	Приемы, воздействующие только на реализацию, продвижение и распространение инноваций
№№№№			

Приёмы инновационного менеджмента:

- 1) инжиниринг инноваций
- 2) фронтирование рынка
- 3) бренд-стратегия
- 4) бенч-маркинг
- 5) способы маркетинговых воздействий на инновации
- 6) ценовой прием управления
- 7) реинжиниринг
- 8) мэрджер

20. Проведите корреляцию (найдите соответствие) между типами инноваций в сфере гостеприимства и примерами инновационных разработок. Букву кейса инновационной разработки необходимо вписать в кружок рядом с типом инновации.

Типы инноваций в туризме и гостеприимстве:



Кейсы инновационных разработок:

А) В 2018 г. на Мальдивах открылся первый подводный отель, выполненный в форме отдельного комфортабельного бунгало на 50-метровой глубине Индийского океана.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 36
--	---	--------------------------------

- Б) Главный фактор успеха на рынке гостиничных услуг агрегатора AirBNB связывают с переосмыслением его основателями принципов работы с поставщиками услуг.
- В) Отель Hotel Seven в Париже предлагает поклонникам голливудских фильмов необычный дизайн нескольких номеров, которые оформлены с использованием стиля известных кинолент. Так, например, один из номеров оформлен по мотивам фильма «Алиса в стране чудес».
- Г) Согласно изменениям в законодательстве, с 1 июля 2019 г. всем гостиницам с номерным фондом более 50 гостиничных номеров в обязательном порядке будет присваиваться определенное количество звезд, с 1 января 2020 г. – гостиницам с номерным фондом более 15 гостиничных номеров, а с 1 января 2021 г. – в отношении всех гостиниц.
- Д) Отель внедрил в свою деятельность приложение REX Room Expeditor для Apple iPhone/iPod от компании MTech для управления обслуживающим персоналом.
- Е) Отель ввел практику рассылки по своей клиентской базе SMS с QR кодом, предоставляющим скидку на услугу бронирования номера и/или право на бесплатное получение дополнительной услуги.
- Ж) В двух гостиницах Holiday Inn в США в пилотном режиме запущена технология, которая позволяет гостям открывать номер с помощью Apple iPhone, Blackberry и Android-смартфонов, минуя стойку регистрации.
- И) Гостиницы города достигли договоренности с Туристским информационным центром, который стал выступать в качестве хаба по распределению прибывающих в аэропорты, авто- и железнодорожные вокзалы транзитных гостей, предварительно не забронировавших себе номер для ночевки.
- К) Гостиница Silken Al-Andalus Palace внедрила технологию ароматерапии, которая позволит каждому гостю получить и сохранить неизгладимые и приятные впечатления о пребывании в ней. Для этого был выбран аромат распустившегося апельсинового цветка, напоминающий цветущую Севилью весной.

Задания открытого типа (Практические/ситуационные задачи, вопросы и пр.)

1. «Глобальные, национальные, региональные, отраслевые, локальные» - по какому признаку в данном перечне представлены классификационные виды инноваций?
2. Среди стадий инновационного цикла есть такая, которая характеризуется стабильной реализацией нововведений. Как принято называть эту стадию?
3. Для отрасли туризма и гостеприимства, как и любой другой (как и экономики в целом) присуща цикличность в развитии. Какому учёному принадлежит идея концепции волнообразного развития социально-экономических систем?
4. Какому учёному принадлежит авторство концепции диффузии инноваций?
5. Определите тип инновации, сущность которой (в соответствии с ГОСТ Р 55901-2013) заключается во внедрении товара или услуги, являющихся новыми или значительно улучшенными в части их свойств или предполагаемого использования:
6. Закончите определение: «Инновационный менеджмент – это система управления инновациями, инновационным процессом и отношениями, возникающими в процессе ...»
7. Как называется научная методика анализа выяснения будущих ситуаций на рынке с учётом могущего иметь место изменения внешних условий, тенденций, а также устройства, концептуальных направлений и возможностей различных субъектов в сфере гостеприимства?
8. Дайте определение понятию «Риск оригинальности» в приложении к инновационному проекту.
9. Какого учёного принято считать родоначальником термина «инновация»?
10. Как называется научная методика анализа практики применения инноваций в сфере туризма и гостеприимства?

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 37</i>
---	---	---------------------------------------

11. Как называется группа стандартов в практике мировой гостиничной отрасли, в которых регламентируется соблюдение единых требований обработки, хранения и движения информации, а также совместимость информационных систем отеля и управляющей компании?

12. Как называется инновационная стратегия малого предприятия индустрии туризма и гостеприимства, характеризующаяся стремлением занять определённую свободную нишу на рынке гостиничных/туристских услуг?

13. Какая группа международных стандартов посвящена проблематике регламентации менеджмента инноваций (указать номер группы стандартов)?

14. Для предприятий отрасли гостеприимства, как и любой другой (как и экономики в целом) присущи модели конкурентного инновационного поведения. Какому учёному принадлежит идея выделения таких типов конкурентного поведения, как виолентное, пациентное, эксплерентное и коммутантное?

15. Какие задачи решает внедрение цифровых технологий в индустрию туризма и гостеприимства?

16. Представители какого поколения, согласно теории поколений, являются сегодня преобладающими потребителями гостиничных услуг?

17. К какой категории факторов инновационных изменений в сфере туризма и гостеприимства относятся изменения климата, сокращения территорий с нетронутой природой и т.д.?

18. Как называется порядок определения целей и задач для создания или внедрения отдельного гостиничного/туристского инновационного продукта?

19. Как называют фактор, который определяет инновационное развитие как на внутреннем, так и на внешнем рынках?

20. Дайте определение понятию «Институциональные инновации» согласно универсальной классификации инноваций.

Задания комбинированного типа

1. Для команды IT-специалистов сети отеля поставлена задача: внедрить систему отзывов и оценок на сайте. В период разработки менеджер проекта ежедневно собирал команду, которая предоставляла информацию о проделанных шагах, планировании следующих шагов и возникших технических проблемах. Какая методология гибкого управления описана в данном примере? Ответ обоснуйте.

- А) Методология Kanban
- Б) Методология Scrum
- В) Методология Agile
- Г) Методология Time Lines

2. В гостиницах бренда Renaissance сети Marriott традиционных консьержей заменили электронные терминалы под названием Navigator. Но служба консьержей не была упразднена полностью. «Старомодные» консьержи по-прежнему к услугам консервативных постояльцев. К какому типу инноваций можно отнести это решение и почему?

- А) Инновация управления
- Б) Инновация бизнес-модели
- В) Инновация продукта
- Г) Инновация процесса

3. Впишите в таблицу недостающие вид и содержание инновационного процесса согласно классификации В. Абернати и К. Кларка:

Вид инноваций	Содержание инновационного процесса
Регулярные инновации	Относятся к постоянному улучшению качества услуг, повышению квалификации персонала и производительности труда
?	Обычно меняют структуры сотрудничества, но не базовые знания и умения; они по-новому комбинируют существующие услуги
РевOLUTIONные инновации	Связаны с использованием в фирмах новых технологий, разработкой новых методов; они радикально влияют на ключевые знания и умения персонала вплоть до появления новых профессий в секторе
Архитектурные инновации	?

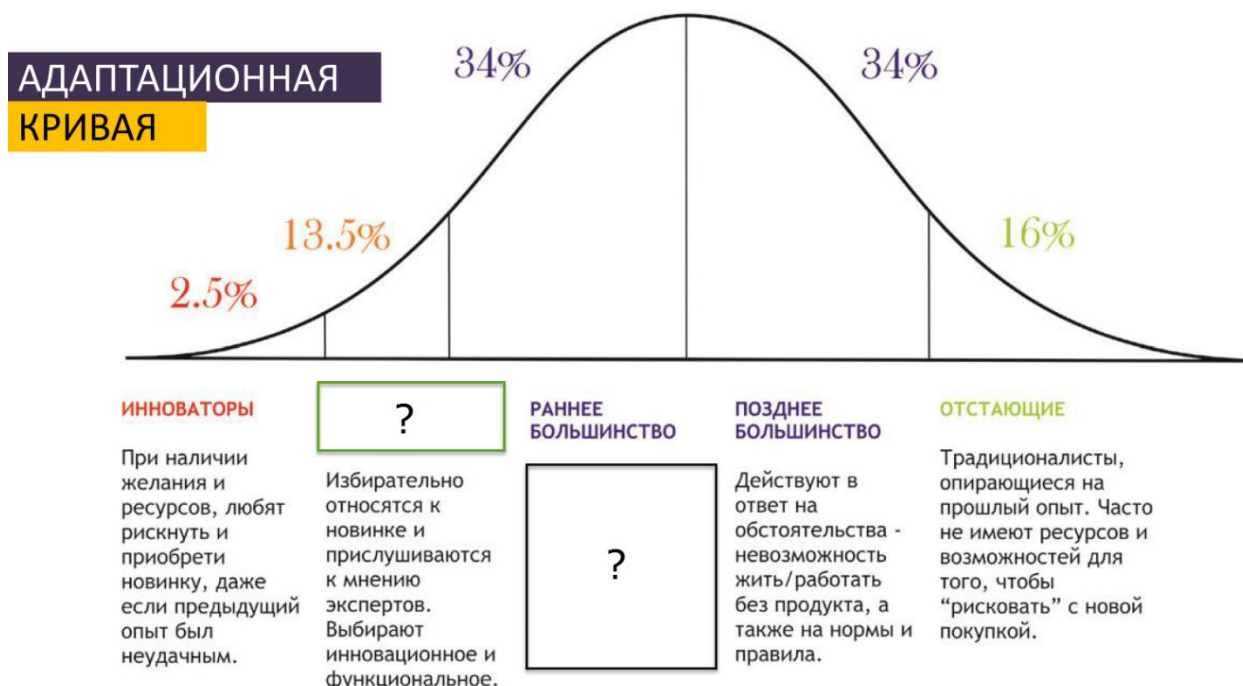
4. Какие разновидности цифрового опыта различают в практике сферы туризма и гостеприимства? Кратко опишите, как их отличить на примере использования сайта и мобильного приложения компании.

- А) полифункциональный и мультифункциональный
- Б) персонифицированный и стандартизированный
- В) положительный и отрицательный
- Г) качественный и некачественный

5. Среди перечисленных выберите определение понятия «искусственный интеллект». Каким образом искусственный интеллект позволяет адаптировать туристское предложение под запросы потребителя?

- А) это система или машина, которая может имитировать человеческое поведение, чтобы выполнять задачи и постепенно обучаться, используя собираемую информацию
- Б) это понятие, которым обозначают большие и неструктурированные объёмы данных, получаемые из различных источников. Эти данные настолько велики, сложны и динамичны, что для их анализа необходимы специальные технологические решения
- В) это концепция сети физических устройств, которые автоматически обмениваются данными через интернет
- Г) это децентрализованная база данных, которая хранится одновременно на множестве компьютеров, связанных через интернет; хранимую информацию нельзя удалить или переписать

6. На адаптационной кривой, иллюстрирующей процесс диффузии инноваций в обществе, вставьте недостающие определение типа и характеристику способности членов общества воспринимать инновации:



7. Из перечня определений выберите то, которое описывает понятие «customer journey map». Составьте customer journey map идеального клиента турагента/гостиницы.

А) цифровые сервисы, с помощью которых создают VR-презентации туров: обзорные видеоролики о городах, регионах, отдельных отелях, пляжах, достопримечательностях

Б) планирование ресурсов предприятия, представляющее собой программный продукт, с помощью которого можно осуществлять автоматизацию основных бизнес-процессов турагентства, включая следующие операции

В) это возможность увидеть путь взаимодействия с компанией глазами клиента с момента возникновения потребности и до совершения сделки — покупки билета, бронирования отеля или тура

Г) система управления взаимоотношениями с клиентом, помогающая контролировать все каналы коммуникаций с клиентами и автоматизировать продажи

8. Среди перечисленных выберите определение, наиболее всего подходящее к определению понятия «Дизайн-мышление». Опишите кейс того, как модель дизайн-мышления помогла Airbnb выйти на новый уровень дохода в начале своей истории.

А) это новая управленческая концепция, соединяющая потребности людей с тем, что технологически осуществимо и может быть сконвертировано в потребительскую ценность; главная её цель — выход за пределы существующих канонов и привычных способов решения задач, что обеспечивает конкурентное преимущество на рынке, что реализуется на основе принципов человечности, экспериментирования, редизайна и осязаемости

Б) это общее впечатление, которое формируется у пользователя во время цифрового взаимодействия с компанией — его эмоции, мысли, ощущения

В) это набор правил, которые помогают сделать сайт удобным и понятным для пользователя, а также учитывают его потребности и ограничения

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 40
--	---	--------------------------------

Г) это одна из разновидностей методологии управления, направленная на развитие гибкости организации или проекта

9. Среди перечисленных выберите определение понятия «блокчейн». Опишите и приведите пример, как эту технологию возможно использовать в сфере туризма.

А) это система или машина, которая может имитировать человеческое поведение, чтобы выполнять задачи и постепенно обучаться, используя собираемую информацию

Б) это понятие, которым обозначают большие и неструктурированные объёмы данных, получаемые из различных источников. Эти данные настолько велики, сложны и динамичны, что для их анализа необходимы специальные технологические решения

В) это концепция сети физических устройств, которые автоматически обмениваются данными через интернет

Г) это децентрализованная база данных, которая хранится одновременно на множестве компьютеров, связанных через интернет; хранимую информацию нельзя удалить или переписать

10. Молодая пара оформила тур в Египет онлайн, включая страховку, трансфер до отеля и питание. Оплата на сайте прошла в полном объёме. Подтверждение об оплате пришло только через несколько дней, а данные, указанные в ваучере, не соответствовали забронированному. Что из перечисленного ниже НЕ стоит делать в процессе улучшений пользовательского опыта в данном случае (несколько вариантов ответа)? Опишите, как бы следовало улучшить пользовательский опыт в данном случае?

А) Проанализировать запрос и путь клиента по удовлетворению запроса

Б) Увеличить шрифт на сайте на кнопке «ОПЛАТИТЬ»

В) Создать иллюстрированный информер с информацией о туре

Г) Проверить у потребителей необходимость внедрения на сайте новых, интуитивно понятных, функций

11. Гостиница «Anatolia Resort Inn», работающая на рынке гостиничных услуг Турции уже 3-й год, решила внедрить в практику разработку компании Light Blue Optics – интерактивный проектор Light Touch, который превращает любую плоскую поверхность в 10.1-дюймовый сенсорный экран – с целью совершенствования работы службы приёма и размещения гостей. К какому типу инноваций можно отнести это решение? Ответ обоснуйте.

А) Инновация продукта

Б) Инновация процесса

В) Инновация управления

Г) Инновация бизнес-модели

12. Для предприятий отрасли туризма и гостеприимства, как и любой другой (как и экономики в целом) присущи модели конкурентного инновационного поведения. Какому учёному принадлежит идея выделения таких типов предприятий по их конкурентному поведению, как гордые львы, могучие слоны, неповоротливые бегемоты, хитрые лисы, первые ласточки, серые мыши? Охарактеризуйте основные черты модели конкурентного инновационного поведения «гордые львы».

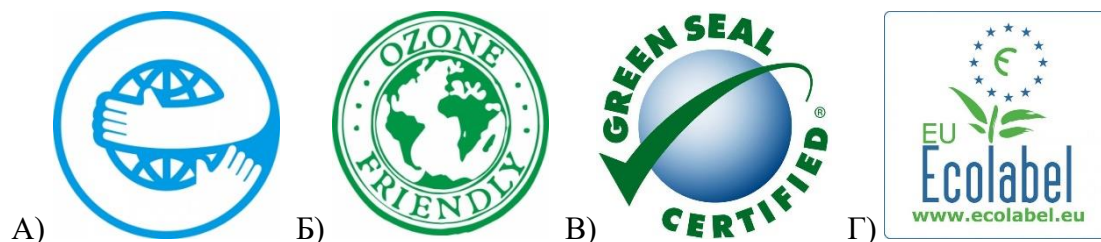
А) Николай Кондратьев

Б) Харальд Фризевинкель

В) Йозеф Шумпетер

Г) Леонтий Раменский

13. Какой дизайн с 2003 года имеет Европейский эколэйбл, маркирующий товары и услуги, дружелюбные окружающей среде? Что он обозначает, зачем и как его используют?



14. Как называется научная методика анализа практики применения инноваций в сфере туризма и гостеприимства? Дайте ей определение.

- А) Выбор момента и ноу-хау (Timing & Know-how)
- Б) Стратегическое прогнозирование (Strategic Soothsaying)
- В) Маркетинговые системы (Market Information System)
- Г) Кейс-стади (Case-Study)

15. Впишите в таблицу недостающие фактор и характеристику хронологии инновационного процесса согласно (согласно положениям ГОСТ Р 56261-2014):

Фактор инновационных изменений	Характеристика фактора нового контекста проявления инноваций
Новые инновационные сети и кластеры	Сети и кластеры всегда имели важное значение для инноваций, но их характер и интенсивность изменились, прежде всего, за счет возможностей представляемых ИКТ, увеличения открытых инноваций, фрагментации производства и новых подходов к кластерной политике, среди прочих факторов. Инновационные сети и кластеры облегчают распространение знаний между предприятиями, высшими учебными заведениями и научно-исследовательскими институтами, а также другими государственными и частными организациями. Они также содействуют объединению ресурсов для инноваций; способствуют лучшим сочетаниям навыков, финансов и возможностей; а также вносят вклад в преодоление неудач координирования
?	Сотрудничество с зарубежными партнёрами становится все более важным, поскольку расходы на связь снизились, а открытость к торговле и прямые иностранные инвестиции способствовали различным формам сотрудничества и области инноваций. Привлекательной особенностью является то, что международные связи позволяют предприятиям получать доступ к более широкому кругу ресурсов и знаний по более низкой стоимости, а также разделять риски. Оно может принимать различные формальные и неформальные виды - формальные сети ИР, поток трудовых ресурсов через границы, научный обмен или

	виртуальные сети - а типы взаимодействия могут варьировать от простых односторонних информационных потоков до интерактивных и официальных соглашений
Интеллектуальный капитал и нематериальные активы	Инвестиции и развитие значительно обусловлены нематериальными активами или интеллектуальным капиталом. Во многих странах предприятия в настоящее время инвестируют в интеллектуальный капитал, столько же, сколько и в основной капитал, такой как производственные механизмы, оборудование и здания. Эта особенность имеет решающее значение для инновационной политики;
Информационно-коммуникационные технологии	?

16. Среди перечисленных компонентов выберите тот, который НЕ является формирующим элементом архитектуры цифровой экосистемы. Что понимают под понятием «цифровая бизнес-экосистема»?

- А) Инфраструктура функционирования цифровых сервисов
- Б) Пользовательские сервисы
- В) Персонализированные приборы и интернет вещей
- Г) Цифровой клиентский опыт

17. Известно следующее: бутик-отель рассчитан на 10 номеров; в команду входят управляющий, администраторы, швейцары, обслуживающий персонал, персонал по обеспечению безопасности, инженерная, кадровая и финансовая службы. Партнёры: прачечная, кейтеринг, маркетинговые агентства. Целевая аудитория — миллениалы. Из перечня ниже выберите категорию, НЕ относящуюся к числу стейкхолдеров бутик-отеля и из оставшихся категорий составьте карту его стейкхолдеров.

- А) Продукт
- Б) Рыночные стейкхолдеры (владельцы, персонал, клиенты, VIP-клиенты, транспортные компании, туроператоры, иностранные партнёры, авиакомпании, строительные фирмы)
- В) Прямые стейкхолдеры (клиенты-миллениалы, собственники, персонал, службы)
- Г) Косвенные стейкхолдеры (партнёры)

18. Расшифруйте аббревиатуру GDS по-русски. Опишите краткую историю появления и расширения их возможностей, приведите примеры крупнейших мировых и российских GDS-систем

- А) Интернет-системы бронирования
- Б) Глобальные системы дистрибуции
- В) Динамическое пакетирование туров
- Г) Экономика совместного потребления

19. В чем состояла проблема цифровизации мирового гостиничного бизнеса в 1999 году? Опишите, как эту проблему решила компания Active Hotels.

А) Отели не могли оказать клиентам услугу по онлайн-оплате вследствие отсутствия платёжных терминалов, тогда как все большее число клиентов предъявляли соответствующие требования

Б) Отели не предоставляли услугу цифрового консьержа, тогда как спрос на нее постоянно рос

В) Сотрудники многих отелей не владели навыками работы с компьютерами и не умели работать в сети Интернет

Г) В отелях Wi-Fi-инфраструктура была слишком слаба и часто давала сбой

20. Для предприятий отрасли гостеприимства, как и любой другой (как и экономики в целом) присущи модели конкурентного инновационного поведения. Какому учёному принадлежит идея выделения таких типов конкурентного поведения, как виолентное, патиентное, эксплерентное и коммутантное? Дайте характеристику патиентному типу конкурентного поведения.

А) Николай Кондратьев

Б) Харальд Фризевинкель

В) Йозеф Шумпетер

Г) Леонтий Раменский

Задания на оценку освоения компетенции ПК-5

ПК-5 - Способен применять инновационные технологии и актуальные данные для оптимизации маркетинговых решений в туристской деятельности с учетом устойчивого развития и потребностей различных сегментов рынка; в части индикаторов достижения компетенции

ПК-5.2. - Использует цифровые инновационные технологии, включая геолокационные сервисы, мобильные приложения, виртуальную и дополненную реальность, для оптимизации маркетинговых коммуникаций, персонализации туристских предложений и повышения эффективности продвижения туристских продуктов.

1. Установите соответствие между элементами стратегического видения услуги и их описанием

1. Целевой рыночный сегмент	А. Средства обслуживания, их местоположение, используемые технологии и оборудование
2. Концепция услуги	Б. Создание большей ценности для покупателя при оправдании премиальной цены за услугу
3. Операционная стратегия	В. Набор стратегий, позволяющих претворить концепцию услуги в жизнь
4. Система доставки услуги	Г. Выбор и идентификация покупателей, способных и стремящихся получить услугу
5. Позиционирование	Д. Отделение организации от конкурентов на основе знаний о потребностях покупателей и возможностях организации
6. Соотношение ценности и издержек	Е. Описание услуги в терминах результатов или выгод, предоставляемых клиентам
	Ж. Готовность организации к неожиданностям как благоприятного, так и неблагоприятного характера

2. Установите соответствие между организациями, занимающимися инновационной деятельностью, и их функциями.

1. Центры превосходства	А. Оказание финансовой поддержки проектам на стадии разработки идей, предоставление консультаций по юридическим и организационным вопросам
-------------------------	--

2. Организации, осуществляющие трансферт технологий	Б. Инвестирование прибыльных проектов для секторов экономики страны, привлечение дополнительных средств физических и юридических лиц
3. Фонды по организации инвестирования этапов разработки	В. Помощь в формировании и совершенствовании стартапов, аренда площадей, технологическое оборудование, консультации по защите интеллектуальной собственности
4. Бизнес-инкубаторы	Г. Выявление и поддержка проектов инновационной направленности, проведение научных исследований и обучения специалистов
5. Венчурные структуры с государственным финансированием	Д. Доведение наукоемкой идеи до изготовления начальных образцов, запуск производственного процесса небольших инновационных фирм
	Е. Центральные объединения образовательных и научных структур

3. Установите соответствие понятия и очередности этапов жизненного цикла технологического уклада

1) Этап 1	а) отмирание устаревающего технологического уклада
2) Этап 2	б) структурная перестройка экономики на базе новой технологии производства и соответствует периоду доминирования нового технологического уклада примерно в течение 50 лет
3) Этап 3	в) зарождение и становление новой технологии в экономике предшествующего технологического уклада

4. Установите последовательность следующих циклов по степени возрастания значимости:

- 1) циклы экономического развития отдельных стран;
- 2) жизненные циклы конкретных изделий;
- 3) циклы технологических волн;
- 4) циклы экономического развития отдельных отраслей и предприятий.

5. Установите последовательность основных функциональных этапов управления инновационной деятельностью:

1. Освоение рынка инноваций в соответствии с установлениями маркетинговой политики фирмы
2. Управление качеством нововведений
3. Исследование и разработка новшеств
4. Создание обновлённой производственной базы и технологии

6. Установите соответствие между каждым показателем и соответствующей ему категорией

1. Производственный потенциал	А) Развитость научных исследований и разработок в регионе
2. Социальный потенциал	Б) Уровень безработицы
3. Ресурсный потенциал	В) Объем природных запасов нефти и газа
4. Трудовой потенциал	Г) Обеспеченность населения легковыми автомобилями
5. Инфраструктурный потенциал	Д) Уровень развития социальной инфраструктуры региона

	Е) Объем выпуска продукции
--	----------------------------

7. Установите соответствие между видами рисков и примерами, иллюстрирующими эти риски

1. Риски НИОКР	А. Появление цифровой фотографии, приведшее к резкому сокращению рынка химической фотографии.
2. Технологические риски	Б. Нереализуемость технологического решения на практике (например, ферментация происходит в лаборатории, но в исследованиях на животных показала свою нереализуемость).
3. Производственные риски	В. Валютный риск или риск военного конфликта на территории, где расположено производство или сбыт.
4. Рыночные риски	Г. Недостаточный опыт руководителя проекта, приводящий к критическим последствиям для запуска бизнеса.
5. Управленческие риски	Д. Природные катаклизмы.
6. Риски внешней среды	Е. Невозможность получения доступа к специальному порошку, необходимому для технологии 3D-принтинга.
	Ж. Непопадание продукта в ожидания потенциальной аудитории, что привело к низкому спросу на продукцию

8. Установите соответствие типов программного обеспечения для маркетинговой аналитики и их описания

1. Инструменты веб-аналитики	А. Детальный анализ отдельных элементов маркетинговых кампаний
2. Инструменты аналитики маркетинга в социальных сетях	Б. Изучение эффективности рассылок
3. ПО для SEO-аналитики	В. Комплексный анализ всех аспектов маркетинговых стратегий
4. Инструменты атрибуции лидов	Г. Распределение источников привлечения клиентов
5. Инструменты аналитики email-маркетинга	Д. Отслеживание эффективности кампаний в соцсетях
6. Микроанализ	Е. Анализ поведения пользователей на сайте
	Ж. Оценка видимости сайта в поисковых системах

9. Установите правильную последовательность шагов схемы оценки инновационного потенциала организации при детальном анализе внутренней среды:

1. Составляется примерный перечень работ по инновационному преобразованию организации (усилению слабых сторон).
2. Устанавливается фактическое состояние инновационного потенциала по всем блокам, компонентам, параметрам.
3. Дается описание системной нормативной модели состояния инновационного потенциала организации (его внутренней среды).
4. Анализируется рассогласование нормативных и фактических значений параметров потенциала организации; выделяются сильные и слабые стороны потенциала.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 46
---	---	--------------------------------

10. Расположите стадии поиска бисоциации в правильном порядке:
 1. Перенос решения
 2. Поиск второй предметной области мышления
 3. Распознавание аналогий
 4. Определение проблемы

11. Что является основным направлением рыночной стратегии?
 1. Изменение функций предприятия
 2. Программирование поведения организации на рынке
 3. Введение новых ресурсов
 4. Модификация технологий производства

12. Выберите объект интеллектуальной собственности, который не подлежит защите со стороны закона:
 1. Полезная модель
 2. Патент
 3. Ноу-хау (секрет производства)
 4. Авторское право

13. Что такое полезная модель согласно определению?
 1. Решение технической задачи, относящееся к процессу
 2. Решение технической задачи, относящееся к устройству
 3. Решение эстетической задачи, относящееся к дизайну
 4. Решение экологической задачи, связанное с устойчивым развитием

14. Венчурное или рискованное предпринимательство характерно для какой модели инноваций?
 1. Европейской
 2. Российской
 3. Американской
 4. Японской

15. Отметьте показатели качества любой инфографики:
 1. Текст используется минимально
 2. Поставлена задача
 3. Смысл контента понятен по изображениям и без текста
 4. Текст должен занимать не менее 30% площади изображения
 5. Текстовые пояснения обязательны

16. Что позволяет сделать программное обеспечение для маркетинговой аналитики?
 1. Автоматизацию бухгалтерского учета
 2. Управление персоналом
 3. Упрощение и оптимизацию маркетинговой стратегии
 4. Создание графического контента

17. Какой инструмент используется для оценки видимости сайта в поисковых системах?
 1. Инструменты веб-аналитики
 2. Инструменты аналитики маркетинга в социальных сетях

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 47
--	---	--------------------------------

3. ПО для SEO-аналитики
 4. Инструменты атрибуции лидов
18. Что такое RPA?
1. Разработка программного обеспечения
 2. Автоматизация бизнес- процессов
 3. Управление проектами
 4. Аналитика процессов организации
19. Какие показатели чаще всего отслеживаются с помощью инструментов веб-аналитики?
1. Показатели продаж в физических магазинах
 2. Показатели вовлеченности в социальных сетях
 3. Эффективность рекламных баннеров
 4. Поведение пользователей на сайте
20. Какие элементы могут использоваться в ментальной карте для визуализации информации?
1. Цвета
 2. Формулы
 3. Изображения
 4. Таблицы
21. Опишите достоинства и недостатки самофинансирования при реализации инновационных проектов.
22. Приведите примеры факторов, влияющих на повышение рыночных рисков
23. Как вы понимаете термин «Эмерджентный искусственный интеллект»?
24. Для чего используется RPA? Приведите пример использования
25. Объясните разницу между неовеществлённой технологией и овеществлённой технологией. Опишите минимум по одному плюсу или минусу таких технологий.

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Различные формы практических занятий (семинары, деловые игры, практические работы, презентация) призваны обеспечить глубокое понимание теоретического материала, изложенного на лекциях, и сформировать набор практических навыков для успешного применения полученных знаний в профессиональной деятельности.

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ТЕОРИЮ ИННОВАЦИЙ. ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ.

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: Практическая работа

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 48
---	---	--------------------------------

Тема и содержание занятия: Поиск и анализ инновационных маркетинговых трендов в туристской индустрии: поиск новых идей для продвижения и клиентского сервиса

Цель занятия: сформировать практические навыки проведения маркетингового и информационного поиска для выявления современных технологий, форматов продвижения, клиентских сервисов и бизнес-моделей, направленных на повышение привлекательности туристских продуктов, конкурентоспособности компаний и качества обслуживания путешественников.

План практического занятия:

1. Освоить методику работы с профессиональными базами данных туристкой отрасли и маркетинговыми исследованиями.
2. Провести комплексный поиск информации об инновациях в выбранной туристской специализации за последние 2-3 года. Важно собрать данные о новых форматах взаимодействия с клиентами, технологиях персонализации, нестандартных каналах продвижения, а также о недавних изменениях в потребительских предпочтениях.
3. Проанализировать и систематизировать найденные решения с точки зрения их маркетинговой ценности и потенциала для внедрения в туристском бизнесе.
4. Оформить результаты в виде аналитического отчета, содержащего структурированный обзор выявленных трендов и технологий, их сравнительную характеристику, а также выводы о потенциальных возможностях применения и адаптации этих инноваций в деятельности реальных туристских компаний (туроператоров, отелей, музеев, транспортных служб) с учетом российской специфики и современной экономической ситуации.

Практические навыки: выявление особенностей инновационной маркетинговой деятельности в сфере туризма и гостеприимства, анализ специфики внедрения новых технологий продвижения и клиентского сервиса в российских и зарубежных туристских проектах, формирование навыков работы с отраслевой аналитикой и трансляции глобальных трендов в конкретные маркетинговые решения.

Продолжительность занятия – 2 а.ч.

РАЗДЕЛ 2. СОЗДАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: Практическое занятие

Тема занятия: создание инфографики 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.

РАЗДЕЛ 3. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ ИННОВАЦИЙ. ПРОБЛЕМАТИКА ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ.

Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: Практическое занятие

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 49

Тема занятия: Маркетинговый аудит провалов: анализ неудачных инновационных проектов в туристской индустрии

Цель занятия: осуществить анализ наиболее известных российских и зарубежных стартапов в сфере туризма и гостеприимства, закончившихся неудачей, выявить маркетинговые и управленческие ошибки, приведшие к провалу, и сформулировать уроки для будущих специалистов туристской отрасли.

План занятия: Изучение сборника кейсов технологических и сервисных стартапов в туризме, анализ маркетинговых и продуктовых ошибок с использованием фреймворков и заполнение аналитической таблицы, структурирующей причины провала и рекомендации по их предотвращению.

Практические навыки: развитие навыка аналитического анализа инновационных стартапов в туристской сфере, формирование умения выявлять маркетинговые риски на ранних стадиях запуска новых туристских продуктов и сервисов, обучение систематизации ошибок и извлечению практических уроков для будущей профессиональной деятельности в туризме и гостеприимстве.

Продолжительность занятия – 2 а.ч.

Практическое занятие 4.

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.

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: Семинар

Тема занятия: Управление мотивацией персонала в туристской индустрии: от диагностики к индивидуальному подходу.

Цель занятия: закрепление теоретических знаний о типах трудовой мотивации и формирование практических навыков диагностики ведущих мотивов сотрудников в сфере туризма и гостеприимства для эффективного управления ими в условиях высокой контактности с клиентами, сезонности и эмоциональных нагрузок.

План практического занятия:

- Теоретический часть
- Решение кейсов
- Деловая игра / Ролевое упражнение: Проведение мотивационной беседы. Студенты разбиваются на пары («руководитель» и «сотрудник»).

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 50
--	---	--------------------------------

«Сотрудник» получает карточку с описанием своего мотивационного профиля. Задача «руководителя» – в ходе короткой беседы выявить ключевые мотивы и наметить план индивидуальной мотивации.

- Подведение итогов и рефлексия

Практические навыки:

1. Навык анализа поведения и коммуникации сотрудников туристской сферы для выявления доминирующих мотивов с учетом специфики их работы.
2. Умение применять теоретические модели мотивации к конкретным практическим ситуациям в туристическом бизнесе.
3. Навык разработки и аргументации индивидуального мотивационного пакета (инструментов стимулирования) для разных категорий персонала в туризме.
4. Отработка техники проведения оценочной и мотивационной беседы с сотрудником туристической компании, включая умение задавать правильные вопросы, слушать и предлагать реалистичные варианты развития.

Продолжительность занятия – 2 а.ч.

Практическое занятие 6.

Вид практического занятия: Семинар.

Тема занятия: Выступление с презентацией. **Контрольная точка №4.**

Цель занятия: определение уровня освоения компетенции.

Продолжительность занятия – 2 а.ч.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, необходимых для освоения дисциплины

8.1. Основная литература

1. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-018932-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1904861> (дата обращения: 23.02.2026). – Режим доступа: по подписке.
2. Управление инновационными проектами : учебное пособие / В. Л. Попов, Н. Д. Кремлев, В. С. Ковшов [и др.] ; под ред. В. Л. Попова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 336 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010105-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2126325>
3. Артяков, В. В. Управление инновациями. Методологический инструментарий : учебник / В.В. Артяков, А.А. Чурсин, А.А. Островская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 296 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/20999995. - ISBN 978-5-16-019241-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/20999995>
4. Музыченко, В. В. HR в стартапе : практическое пособие / В.В. Музыченко. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 224 с. — (Просто, кратко, быстро). - ISBN 978-5-16-009804-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2235492>

8.2. Дополнительная литература

1. Рынок нейромаркетинговых исследований. Компании, технологии, практика применения и перспективы развития : монография / С. М. Березка, А. Ю. Ковалёнок, А. Ю. Шамалова [и др.] ; под общ. ред. С. М. Березки, А. Ю. Ковалёнок ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Высшая школа бизнеса, Департамент операционного менеджмента и логистики. - 2-е изд. – Москва : Издательский дом ВШЭ, 2025. - 111 с. –

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 51
--	--	--

(Аналитические доклады Высшей школы бизнеса ВШЭ ; Выпуск 4). - ISBN 978-5-7598-2867-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2205355>

2. Розин, М. В. Восхождение по спирали: Теория и практика реформирования организаций : практическое руководство / М. В. Розин. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 472 с. - ISBN 978-5-9614-8016-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2236026>

3. Дерябина, Г. Г. Цифровая трансформация бизнеса: модели, коммуникации, образование: научный альманах / Г. Г. Дерябина, Н. В. Трубникова. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 220 с. – ISBN 978-5-394-05708-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2198451>

4. Дейвенпорт, Т. Внедрение искусственного интеллекта в бизнес-практику: Преимущества и сложности : практическое руководство / Т. Дейвенпорт. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 320 с. - ISBN 978-5-9614-3952-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2235397>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Научно-технологическая инфраструктура Российской Федерации
<https://ckp-rf.ru/ntirf/objects/istc/>

2. Федеральная служба по интеллектуальной собственности на сайте
<http://www.rupto.ru/>

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office
3. Электронно-библиотечная система ZNANIUM

Режим доступа: <https://znanium.com/>

4. Электронно-библиотечная система BOOK.ru

Режим доступа: <https://book.ru/>

5. Справочная правовая система (СПС) КонсультантПлюс

Режим доступа: <https://www.consultant.ru/>

6. Научная электронная библиотека E-library (информационно-справочная система)

Режим доступа: <http://www.e-library.ru/>

7. Российская книжная палата и Российская государственная библиотека (РГБ) (информационно-справочная система)

Режим доступа: <https://www.rsl.ru/ru/rkp/>

8. Российская национальная библиотека (информационно-справочная система)

Режим доступа: <https://nlr.ru/>

9. Официальный сайт ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса» Режим доступа: <https://rguts.ru/>

10. Редактор инфографики <https://www.visme.co/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 52

Процесс изучения дисциплины «Инновации в профессиональной деятельности» предусматривает контактную (работа на лекциях и практических занятиях) и внеаудиторную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям, подготовка докладов с презентациями на заданные темы, выполнение практических заданий, подготовка к текущей и промежуточной аттестации) работу обучающегося.

В качестве основных форм организации учебного процесса по данной дисциплине в предлагаемой методике обучения выступают лекционные и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения), а также самостоятельная работа обучающихся.

- лекции

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности студентов по овладению программным материалом учебной дисциплины. Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде.

На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзамену, а также самостоятельной научной деятельности студента.

Преподаватель обязан учитывать посещаемость лекционных занятий студентами в соответствии с Учебно-тематическим рейтинг-планом дисциплины. После каждого лекционного занятия необходимо сделать соответствующую запись в электронном журнале учета посещаемости занятий студентами на Учебном интерактивном портале сайта ФГБОУ ВО «РГУТИС», выяснить у старост учебных групп причины отсутствия студентов на занятиях.

Преподаватель обязан проводить лекционные занятия в строгом соответствии с годовым учебным графиком и утвержденным на его основе расписанием лекций.

- практические занятия

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности учащихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные на лекции знания.

Организационно-методической базой проведения практических занятий по дисциплине является рабочая программа дисциплины.

Цель практических занятий - формирование практических навыков профессиональных (выполнять определенные действия, операции, необходимые в профессиональной деятельности) или учебных (выполнять прикладные практические задания по дисциплине и др.), необходимых в последующей учебной деятельности.

Практические занятия организуются по группам, предполагают предварительную подготовку студентов по плану практических занятий. Активное участие в практических занятиях способствует более глубокому пониманию предмета и одновременно является одной из форм подведения итогов самостоятельной работы студентов.

Порядок подготовки практического занятия:

- изучение требований программы дисциплины;
- формулировка цели и задач практического занятия;
- разработка плана проведения практического занятия;
- отбор содержания практического занятия (подбор типовых и нетиповых

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 53
--	---	--------------------------------

тестовых и практических заданий, вопросов);

- обеспечение практического занятия методическими материалами, техническими средствами обучения;

- определение методов, приемов и средств поддержания интереса, внимания, стимулирования творческого мышления студентов, моделирование практического занятия.

При подготовке к практическому занятию преподавателю необходимо уточнить план его проведения, продумать формулировки и содержание вопросов, выносимых на обсуждение, ознакомиться с новыми публикациями по теме.

Порядок проведения практического занятия:

1. Вводная часть:

- сообщение темы и цели занятия;
- актуализация теоретических знаний, необходимых для практической деятельности.

2. Основная часть:

- разработка алгоритма проведения практического занятия;
- проведение инструктажа студентов по этапам выполнения практических заданий;
- ознакомление со способами фиксации полученных результатов выполнения практических заданий;
- проведение практических работ.

3. Заключительная часть:

- обобщение и систематизация полученных результатов;
- подведение итогов практического занятия и оценка работы студентов.

В ходе практического занятия во вступительном слове необходимо раскрыть теоретическую и практическую значимость темы, определить порядок проведения занятия, время на обсуждение каждого вопроса. Дать возможность выступить всем желающим, а также предложить выступить тем студентам, которые по тем или иным причинам пропустили лекционное занятие или проявляют пассивность. Целесообразно в ходе обсуждения учебных вопросов задавать выступающим студентам и аудитории дополнительные и уточняющие вопросы с целью выяснения их позиций по существу обсуждаемых проблем.

В заключительной части практического занятия следует подвести его итоги: дать объективную оценку выступлений каждого студента и учебной группы в целом. Раскрыть положительные стороны и недостатки проведенного практического занятия. Ответить на вопросы студентов. Назвать тему очередного занятия.

Одной из аудиторных форм практической подготовки студентов является семинарское занятие.

Семинар – форма обучения студентов, имеющая цель углубить и систематизировать изучение наиболее важных и типичных для будущей профессиональной деятельности специалиста тем и разделов учебной дисциплины. Основные функции семинара:

- обучающая – позволяет организовать творческое, активное изучение теоретических и практических вопросов, установить непосредственное общение студентов и педагогов, формирует у студентов самоконтроль за правильным пониманием изучаемого материала, закрепляет и расширяет их знания, навыки и умения;
- воспитывающая – осуществляет связь теоретических знаний с практикой; усиливает обратную связь студентов с педагогами; формирует принципиальность в суждениях; самокритичность; навыки и привычки профессиональной деятельности и

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 54
---	---	--------------------------------

поведения;

- контролирующая – позволяет систематически проверять уровень подготовленности студентов к занятиям, к будущей практической деятельности, а также оценить качество их самостоятельной работы.

Для формирования профессиональных умений и навыков, активизации познавательной деятельности студентов в процессе вузовского обучения наряду с традиционными методами, необходимо использовать активные методы обучения.

При проведении практических занятий предполагается использование таких интерактивных методов как дискуссия и метод мозгового штурма.

Деловая игра является одним из основных методов интерактивного обучения не только потому, что позволяет максимально активизировать мыслительную деятельность студентов, но и по той причине, что она применима при любой форме занятий — на семинаре, практическом или лабораторном занятии.

Тему для деловой игры необходимо выбирать с учетом интересов и запросов обучающихся.

Для формирования профессиональных умений и навыков, активизации познавательной деятельности студентов в процессе вузовского обучения наряду с традиционными методами, необходимо использовать активные методы обучения.

Расширению и углублению знаний студентов способствует подготовка доклада с презентацией. Доклад – форма самостоятельной работы, направленной на детальное знакомство с какой-либо темой в рамках данной дисциплины. Студенческие доклады, как правило, дополняют и развивают основные вопросы, изучаемые на лекциях и практических занятиях. Ведущее место должны занимать темы, которые представляют профессиональный интерес, несут элемент новизны. Тем самым создается мотивационная готовность к самостоятельному выполнению задания.

Основная задача проведения **практического занятия с заслушиванием и обсуждением докладов с презентациями** — это формирование у студента навыков самостоятельной научной деятельности, повышению его теоретической и профессиональной подготовки, лучшему усвоению учебного материала. Учебный доклад не должен иметь исключительно компилятивный характер. Изложение материала должно носить проблемно-тематический характер, включать собственное мнение студента по кругу излагаемых проблем. В нем не должно быть механически переписанных из книги, сложных для понимания конструкций.

- самостоятельная работа обучающихся

Целью самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками по профилю дисциплины, опытом творческой, аналитической и исследовательской деятельности.

Задачами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 55
--	---	--------------------------------

- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на практических занятиях, для эффективной подготовки к текущей и промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

В ходе самостоятельной работы, планируемой по учебной дисциплине, студент должен:

- освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (освоение лекционного курса, а также освоение отдельных тем, отдельных вопросов тем, отдельных положений и т.д.);
- закрепить знание теоретического материала, используя необходимый инструментарий практическим путем (написание реферативных докладов, выполнение контрольных практических занятий, домашних заданий, групповых проектов);
- научиться применять полученные знания и практические навыки для анализа ситуации и выработки правильного решения (подготовка к практическим занятиям в интерактивных формах – работе в группе (команде), письменному анализу конкретной ситуации, участию в деловой игре и т. д.);
- применить полученные знания и умения для формирования собственной позиции.

Формы самостоятельной работы

При изучении каждой темы дисциплины организация самостоятельной работы студентов представляет единство двух взаимосвязанных форм:

1. Внеаудиторная самостоятельная работа.

Виды внеаудиторной самостоятельной работы студентов разнообразны: подготовка докладов с презентациями на заданные темы, выполнение контрольных практических заданий, домашних заданий, подготовка к участию в научно-практических конференциях, олимпиадах и др.

2. Аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя.

При изучении данной дисциплины можно выделить три направления самостоятельной работы студентов:

Первое направление - самостоятельная работа, обеспечивающая подготовку к аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студентов на занятиях, правильном решении типовых задач, качественном уровне подготовленных докладов и успешном прохождении текущего контроля и промежуточной аттестации.

Второе направление - поисково-аналитическая работа, в которую входят виды самостоятельной работы студентов, направленные на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по проблематике дисциплины. Результаты этой подготовки проявляются в качественном уровне выполнения практических и домашних заданий, индивидуальных проектов.

Третье направление – научная работа, включающая такие виды самостоятельной работы студентов, как подготовка докладов для выступления на студенческих научных конференциях, подготовка и написание статей в сборники научных трудов и т.д.

Первые два направления самостоятельной работы студентов являются обязательными для всех студентов. Виды самостоятельной работы из третьей группы выполняются студентами по выбору и в соответствии с их пожеланиями.

С учётом целей и задач учебной дисциплины можно предусмотреть следующие направления и виды самостоятельной работы студентов, представленные в таблице.

Направления и виды СРО

Направления	Виды самостоятельной работы студентов
-------------	---------------------------------------

самостоятельной работы студентов	
1. Самостоятельная работа, обеспечивающая подготовку к аудиторным занятиям, подготовку к текущему контролю и промежуточной аттестации	1.1. Работа с конспектом лекций 1.2. Работа над учебным материалом, в том числе учебниками, первоисточниками, дополнительной литературой, предусмотренной рабочей программой дисциплины и конспектом лекций 1.3. Подготовка к ответам на контрольные вопросы 1.4. Выполнение докладов с презентациями 1.5. Подготовка к текущему контролю 1.6. Подготовка к промежуточной аттестации в виде экзамена
2. Поисково-аналитическая работа	2.1. Выполнение практических заданий 2.2. Выполнение домашних заданий (самостоятельное заполнение схем, таблиц, поиск и анализ статистической и фактической информации и т.п.)
3. Научная работа	3.1. Подготовка сообщений и докладов к научной студенческой конференции 3.2. Подготовка и написание статей в сборники научных трудов

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Учебные занятия по дисциплине «Инновации в профессиональной деятельности» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование доска
Занятия семинарского типа	компьютерный класс, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование, автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет" доска
Самостоятельная работа обучающихся	помещение для самостоятельной работы, специализированная учебная мебель, ТСО: видеопроекционное оборудование, автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет", доска; Помещение для самостоятельной работы в читальном зале Научно-технической библиотеки университета, специализированная учебная мебель автоматизированные

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 57</i>
--	---	--

	рабочие места студентов с возможностью выхода информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», интерактивная доска
--	--