

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор/Декан  
института экономики, финансов и  
управления в АПК  
Гунько Юлия Александровна

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)**

**Б1.В.08 Инновации в туризме**

43.03.02 Туризм

Организация и управление туристкой деятельностью

бакалавр

очная

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-3 Участвует в разработке и продвижении турпродукта и внедрении инновационных решений при осуществлении туристской деятельности	ПК-3.1 Осуществляет разработку турпродукта, в т.ч. инновационных в соответствии с потребностям и туристского рынка	<p><b>знает</b> основы и специфику инновационной деятельности в туризме; основ инновационного менеджмента; перспективные направления и тенденции развития туристского рынка</p>
		<p><b>умеет</b> применять современные методы формирования инновационного туристского продукта; анализировать, критически оценивать, выбирать и использовать информацию в ходе профессиональной деятельности; применять принципы инновационного менеджмента</p>
		<p><b>владеет навыками</b> организации деятельности по разработке и диффузии инновационных технологий в туризме</p>
ПК-3 Участвует в разработке и продвижении турпродукта и внедрении инновационных решений при осуществлении туристской деятельности	ПК-3.2 Владеет методами и технологией продвижения туристского продукта при осуществлении и туристской деятельности	<p><b>знает</b> цифровых сервисов, необходимых для достижения профессиональных задач</p>
		<p><b>умеет</b> применять цифровые инновационные сервисы в профессиональной деятельности для достижения поставленных целей</p>
		<p><b>владеет навыками</b> создания цифровых инновационных условий развития туристской деятельности; анализа эффективности применяемых инновационных технологий, работы с инновационными технологиями и новыми формами обслуживания потребителей</p>
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2 Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения	<p><b>знает</b> нормативно-правового обеспечения инновационной деятельности</p>
		<p><b>умеет</b> применять действующие нормативные нормы в сфере инноваций, имеющиеся условия, ресурсы и ограничения для оптимального решения профессиональных задач</p>
		<p><b>владеет навыками</b> разрабатывать инновационные способы оптимального решения профессиональных задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения</p>

## 2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Понятие и содержание инно-вационных процессов			
1.1.	Понятие и содержание инновационных процессов	7	УК-2.2	Тест
1.2.	Стадии жизненного цикла инноваций	7	ПК-3.1	Тест
1.3.	Элементы инновации. Инновационная деятельность. Диффузия инноваций	7	ПК-3.1, УК-2.2	Собеседование
1.4.	Научно-исследовательские разработки и инновации. Инновации в туризме	7	ПК-3.1	Тест
1.5.	Инновационный менеджмент туристской деятельности	7	ПК-3.2	Тест
1.6.	Перспективные инновационные проекты в социально-культурном сервисе и туризме	7	ПК-3.1, УК-2.2	Тест
1.7.	Роль малого бизнеса в инновационной деятельности	7	УК-2.2	Тест
1.8.	Типы конкурентного поведения. Инновационные стратегии бизнеса	7	ПК-3.1	Тест
1.9.	Инновации в организации туристского бизнеса	7	ПК-3.1	Тест
1.10.	Маркетинговые инновации в туризме	7	ПК-3.2	Собеседование
1.11.	Инновации в развитии регионального туризма в РФ	7	ПК-3.1	Устный опрос
1.12.	Обзор стартапов российской туристической индустрии	7	ПК-3.1	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
	Промежуточная аттестация			За

## 3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
Для оценки знаний			

1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Устный опрос	Средство контроля знаний студентов, способствующее установлению непосредственного контакта между преподавателем и студентом, в процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных особенностей усвоения студентами учебного материала.	Перечень вопросов для устного опроса
3	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
Для оценки умений			
4	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	Задачи направленные на использование приобретенных знаний и умений в практической деятельности и повседневной жизни	Комплект практико-ориентированных и ситуационных задач
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			

5	Зачет	Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «зачтено», «незачтено».	Перечень вопросов к зачету
---	-------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------

#### 4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Инновации в туризме"

##### *Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости*

Примерные задания для текущего контроля и контрольных точек

Контрольная точка №1

Тест 1

1. Во время текущей деятельности туристкой предпринимательской фирмы не решаются задачи:

- 1) эффективного использования имеющихся мощностей;
- 2) разработка стратегических планов по реализации инноваций;
- 3) определение необходимых средств для достижения стратегических целей;
- 4) выполнение договорных обязательств.

2. Жизненный цикл инноваций - это:

- 1) период времени между появлением новации и воплощением её;
- 2) период времени от зарождения идеи, создания и распространения новации и до ее использования;

- 3) процесс введения новации на рынок;
- 4) период времени между началом воплощения новации и её уходом с рынка.

3. Процессу обновления услуг сферы туризма свойственны:

- 1) недетерминированность работ;
- 2) частичная детерминированностью работ;
- 3) высокая степень детерминированности работ;
- 4) низкая динамичность производственных показателей.

4. Основными ресурсами необходимыми для процесса перевода новации-инновации являются:

- 1) трудовые ресурсы;
- 2) инвестиции;
- 3) время;
- 4) информация.

5. Социальные инновации подразделяются на следующие виды:

- 1) промышленные материалы.
- 2) организационно-управленческие;
- 3) комбинаторные;
- 4) модифицирующие.

6. Процесс коммерциализации - это:

- 1) период времени между появлением новации и воплощением ее;
- 2) период времени от зарождения идеи, создания, распространения новации и до ее использования;

- 3) процесс введения новации на рынок;
- 4) период времени между началом воплощения новации и её уходом с рынка.

7. Уровень наукоёмкой продукции определяют следующие факторы:

- 1) степень организационной сложности осуществления инновационных процессов;

- 2) объем продаж;
- 3) расходы по маркетингу;
- 4) профессиональный уровень специалистов.

8. С точки зрения управленческого аспекта для эффективной реализации инновационных процессов необходимо наличие:

- 1) рынков топливно-энергетических товаров;
- 2) инжиниринга;
- 3) конкуренции на рынках товаров и услуг;
- 4) научно-технического прогресса.

## Контрольная точка №2

### Тест 2

1. Инновационный цикл разработки и внедрения в практику туристского продукта включает следующие этапы

- 1) эксперимент;
- 2) диффузия;
- 3) организация рекламы и сбыта;
- 4) стратегическое планирование.

2. Инновационный лаг - это:

- 1) период времени между появлением новации и воплощением ее;
- 2) период времени от зарождения идеи, создания и распространения новации до ее использования;
- 3) процесс введения новации на рынок;
- 4) период времени между началом воплощения новации и её уходом с рынка.

3. Относительная новизна имеет следующие виды:

- 1) условная новизна;
- 2) модифицирующая новизна;
- 3) открывающая новизна;
- 4) целесообразная новизна.

4. Псевдоновизна это

- 1) когда отдельные элементы являются новыми;
- 2) более низкие затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, освоение и использование, отнесенные к объему полезной работы, чем у заменяемой;
- 3) не улучшение продукции, а ее видоизменение;
- 4) необычное сочетание ранее известных элементов;

5. Классическая модель развития фирмы это:

поиск новых путей посредством реализации концепции возрастающей

- 1) эффективности на основе инвестиционных бизнес-процессов;
- 2) "всё больше того же самого";
- 3) репродуктивное (или рутинное) расширенное воспроизводство при имеющемся стабильном спросе с расчетом на максимальную отдачу ресурсов;
- 4) когда стратегическими целями развития являются повышение конкурентоспособности и рыночной ценности фирмы.

6. Наиболее сложным и многоступенчатым является инновационный

- 1) процесс реализации;
- 2) продуктовых инноваций;
- 3) социально-управленческих инноваций;
- 4) технологических инноваций;
- 5) экономических инноваций.

7. Инновационный цикл разработки и внедрения в практику туристского продукта включает следующие этапы

- 1) исследование;
- 2) разработки;
- 3) обучение кадров для реализации новой услуги;
- 4) диффузия.

8. Линейно-функциональная форма управления проектами

характеризуется:

- 1) Подбором в проектную команду специалистов из тематических и функциональных подразделений предприятия на временной контрактной основе;
- 2) Многофункциональностью внутренней структуры, совпадающей с организационной структурой предприятия;
- 3) Созданием специальной рабочей группы для решения задач проекта из специалистов различных служб, административно подчиненных руководителю проекта
- 4) Передачей сотрудников подразделений предприятия при выполнении проекта в прямое подчинение руководителю инновационного проекта на все время его реализации.

Контрольная точка №3

Тест 3

1. Матричная форма управления применяется, как правило, для проектов с продолжительностью цикла

- 1) менее года;
- 2) менее двух лет;
- 3) от двух до пяти лет;
- 4) более пяти лет.

2. Достоинства линейно-функциональной формы управления:

- 1) Крайне интенсивное использование людских и материальных ресурсов, обусловленное высокой степенью специализации сотрудников и оборудования;
- 2) Отсутствие дублирования функций вновь созданной команды и постоянно действующих подразделений фирмы;
- 3) Возможность широкого использования при реализации инновационных проектов унифицированных и стандартизированных решений и конструкций;
- 4) Длительность реализации инноваций способствует формированию определенного его статуса и имиджа на предприятии, а следовательно, возможности приоритетного выделения ресурсов.

3. Недостатки линейно-функциональной формы управления:

- 1) Короткие сроки реализации проекта затрудняют формирование командного духа".
- 2) Необходимость большого количества согласований на горизонтальных уровнях.
- 3) Низкая восприимчивость и мотивация к нововведениям, прежде всего радикального свойства.
- 4) Отсутствие гибкости в развитии и реорганизации команды, а также усилий по поддержанию эффективности работы проектной группы в течение длительного времени.

4. Достоинства матричной формы управления:

- 1) Большой объем необходимой технической и плановой документации;
- 2) Гибкость в формировании и реорганизации команды при осуществлении необходимых изменений в процессе деятельности.
- 3) Отсутствие дублирования функций вновь созданной команды и постоянно действующих подразделений фирмы.
- 4) По сравнению с другими структурами управления, все усилия руководителя проекта и команды исполнителей концентрируются на решении единственной задачи.

5. Недостатки матричной формы управления:

- 1) Необходимость большого количества согласований на горизонтальных уровнях.
- 2) Длительность реализации проекта не способствует формированию определенного его статуса и имиджа на предприятии, а следовательно, возможности приоритетного выделения ресурсов.
- 3) Соперничество между руководителями на линейных уровнях управления, обуславливающее возможность задержек или потерь важной информации.
- 4) Руководитель проекта не обладает непосредственной административной властью над членами своей команды, сохраняющих свою административную принадлежность к функциональным подразделениям.

6.Преимущества проектной формы управления:

1) Возможность широкого использования при реализации инновационных проектов унифицированных и стандартизированных решений и конструкций.

2) Все усилия руководителя проекта и команды исполнителей концентрируются на решении одной единственной задачи.

3) Отсутствие дублирования функций вновь созданной команды и постоянно действующих подразделений фирмы.

4) Реализуется принцип единоначалия, поскольку все члены команды полностью ориентированы на проект и его руководителя.

7. Недостатки проектной формы управления

1) Наличие своеобразных филиалов функциональных отделов предприятия внутри проектной команды, что приводит к дублированию функций, перерасходу ресурсов и времени.

2) Сложность планирования, контроля и оперативного регулирования хода выполнения исследовательских и проектных работ ввиду большого количества специализированных подразделений, каждое из которых имеет свои собственные, локальные цели.

3) Сложность формирования команды.

4) Возникновение конфликтных ситуаций вследствие двойственного положения участников и временного характера их работы.

8. Долговая форма финансирования:

1) посредством займов в финансовых структурах,

2) фонд накопления (развития);

3) выпуск (эмиссия) дополнительного объема корпоративных акций,

4) на основе лизинга.

Типовые практико-ориентированные задачи.

Задание 1. Предложите новшество для улучшения социального взаимодействия студентов в вузе. Обоснуйте целесообразность осуществления новшества. Обоснование приведите в таблице.

Таблица 1

Основные положения новшества Содержание

Название новшества

Цель, которая должна быть достигнута

Краткое содержание предложения

Клиент (для кого предназначено)

В чем заключается новизна предложения

Предполагаемый исполнитель

Порядок реализации проекта

Какие необходимы ресурсы для осуществления новшества

Предполагаемая эффективность предложения (качественная или количественная)

Задание 2. Предложите новшество для улучшения социального взаимодействия клиентов в городской больнице. Обоснуйте целесообразность осуществления новшества. Обоснование приведите в таблице.

Таблица 1

Основные положения новшества Содержание

Название новшества

Цель, которая должна быть достигнута

Краткое содержание предложения

Клиент (для кого предназначено)

В чем заключается новизна предложения

Предполагаемый исполнитель

Порядок реализации проекта

Какие необходимы ресурсы для осуществления новшества

Предполагаемая эффективность предложения (качественная или количественная)

### Задание 3.

Охарактеризуйте вспомогательный счет туризма (ВСТ) как метод оценки роли туризма в экономике страны, на примере РФ.

### Задание 4.

Оценить влияние нововведений в политической, экономической и социальных сферах на инновационные процессы в туризме.

### Задание 5.

Руководство гостиничного предприятия приняло решение внедрить инновационную систему поощрения постоянных клиентов. Предложите проект такой системы, рассчитайте стоимость ее внедрения и экономический эффект, оцените продолжительность жизненного цикла инновации.

## Типовые вопросы для собеседования и устного опроса

Тема: Элементы инновации. Инновационная деятельность. Диффузия инноваций

1. Понятие инновации и инновационной деятельности
2. Понятие диффузии инноваций
3. Субъекты инновационного процесса
4. Структура инновационного процесса
5. Инновационная деятельность и ее организационные формы
6. Элементы инноваций в зависимости от типа инноваций

Тема: Маркетинговые инновации в туризме

1. Инновационный менеджмент - одно из направлений стратегического планирования в туризме
2. Понятие «инновация», виды и функции инновации (маркетинговые инновации)
3. Суть и основные принципы инноваций в туризме
4. Инновационная деятельность в туризме - как продвижение на рынке
5. Элементы инновационной инфраструктуры
6. Разница между улучшающими и маркетинговыми инновациями

Тема: Инновации в развитии регионального туризма в РФ

1. Сущность и структура инновационного проекта. НИР в РФ
2. Виды инновационных проектов поддерживаемых научных направлений
3. Основные элементы, разделы инновационных проектов
4. Малый бизнес и инновационная деятельность
5. Факторы, обуславливающие важную роль малых инновационных организаций в области нововведений

## Типовые тестовые задания

1. Под инновацией в туризме понимается:
  - a. любое изменение в структуре туристской фирмы;
  - b. новое, социально-экономически эффективное решение (продукт, услуга, процесс), внедрённое в практику;
  - c. только использование цифровых технологий;
  - d. изменение цены на туристский продукт.
2. Инновационная деятельность в туризме направлена на:
  - a. сокращение числа туристов;
  - b. повышение конкурентоспособности туристских услуг и формирования новых рынков;
  - c. снижение расходов на персонал;
  - d. упрощение отчётности.
3. Жизненный цикл инновации в туризме охватывает период:
  - a. от идеи до ухода инновации с рынка;

- b. только от разработки до внедрения;
  - c. только от маркетинга до завершения продаж;
  - d. только от патентования до коммерциализации.
4. Инновационный лаг в туризме — это:
- a. время между появлением новации и её практическим применением;
  - b. время только на разработку бизнес-плана;
  - c. период только после ухода продукта с рынка;
  - d. время на обучение персонала без внедрения.
5. Инновационный цикл в туризме включает этапы:
- a. поиск идей – разработка – внедрение – коммерциализация – уход;
  - b. реклама – промо-акция – скидки;
  - c. только разработка и тестирование;
  - d. только планирование без практического внедрения.
6. Процесс коммерциализации инновационного туристского продукта означает:
- a. начало регулярных продаж и выход на рынок;
  - b. только бесплатное тестирование;
  - c. внутреннее обсуждение идеи;
  - d. разработку договоров без продаж.
7. Инновации в туризме классифицируют по:
- a. размеру компании;
  - b. степени новизны (радикальные, инкрементные), направлению (продуктовые, процессные, управленческие);
  - c. количеству туристов;
  - d. региональному признаку без учёта содержания.
8. Продуктовая инновация в туризме направлена на:
- a. создание новых туристских продуктов и услуг (например, виртуальные туры, агротуризм, цифровые маршруты);
  - b. сокращение числа маршрутов;
  - c. только изменение ценовой политики;
  - d. упрощение документации.
9. Процессная инновация в туризме связана с:
- a. изменением способов организации бронирования, обслуживания и сервиса;
  - b. только изменением интерьера отелей;
  - c. сокращением числа работников;
  - d. изменением фамилии фирмы.
10. Организационно-управленческие инновации в туризме касаются:
- a. изменений структуры управления, мотивации персонала, внедрения новых форм взаимодействия;
  - b. только переезда офиса;
  - c. только изменения логотипа;
  - d. закрытия филиалов.
11. Маркетинговые инновации в туризме проявляются:
- a. во внедрении новых форм продвижения (таргетированная реклама, инфлюенс-маркетинг, цифровые платформы);
  - b. только в повышении цен;
  - c. только в сокращении рекламы;
  - d. в упрощении туристических программ.
12. Социальные инновации в туризме затрагивают:
- a. улучшение условий труда, вовлечённость местных сообществ, социально-ответственные программы;
  - b. только увеличение численности сотрудников;
  - c. только расширение гостиниц;
  - d. только изменение режима работы.
13. Открытые инновации в туризме предполагают:
- a. использование внешних идей и партнёрств (региональные власти, стартапы, клиенты);
  - b. полную изоляцию от внешней среды;

- c. только внедрение запатентованных технологий;
  - d. отказ от внутренних разработок.
14. Инновационный менеджмент в туризме включает:
- a. планирование, организацию, координацию и контроль инновационной деятельности;
  - b. только составление финансовых отчётов;
  - c. только разработку рекламных плакатов;
  - d. только проведение свадебных мероприятий.
15. Для эффективной инновационной деятельности в туризме необходимы:
- a. наличие инновационной стратегии, ресурсов, информационной базы и квалифицированных специалистов;
  - b. только высокая стабильность цен;
  - c. только отсутствие конкуренции;
  - d. только административная поддержка без рынка.
16. Основные ресурсы, требуемые для реализации инноваций в туризме:
- a. трудовые ресурсы, инвестиции, время, информация, технология;
  - b. только денежные средства;
  - c. только здания и помещения;
  - d. только рекламные каналы.
17. Недетерминированность процессов обновления туристских услуг означает:
- a. наличие неопределённости и зависимости от внешних факторов (рынок, спрос, законодательство);
  - b. полностью предсказуемый и жёстко фиксированный порядок;
  - c. отсутствие изменений на протяжении года;
  - d. только внутреннюю устойчивость.
18. Инновационные процессы в туризме имеют:
- a. многоэтапный, трудоёмкий и часто длительный характер;
  - b. характер единоразового мероприятия;
  - c. только краткосрочный финансовый эффект;
  - d. только теоретический характер без внедрения.
19. Инновации в средствах размещения могут проявляться:
- a. во внедрении цифровых сервисов (мобильные ключи, приложения, онлайн-чек-ин);
  - b. только в изменении фасада;
  - c. только в сокращении номерного фонда;
  - d. только в изменении режима работы.
20. Инновации в туристских ресурсах подразумевают:
- a. использование новых видов ресурсов (агротуризм, экотуризм, цифровые достопримечательности);
  - b. только сокращение числа экскурсий;
  - c. только изменение ценовой политики;
  - d. только закрытие объектов.
21. Информационные технологии в туризме являются основой:
- a. цифровых инноваций (онлайн-платформы бронирования, CRM, BI-аналитика);
  - b. только изменения визуального дизайна;
  - c. только сокращения кадров;
  - d. только изменения режима работы.
22. Инновационный потенциал туристской фирмы зависит от:
- a. уровня квалификации персонала, технологической оснащённости и способности к адаптации новшеств;
  - b. только числа офисов;
  - c. только размера уставного капитала;
  - d. только географического положения без учёта технологий.
23. Инновационный риск в туризме связан с:
- a. неопределённостью результатов внедрения новых продуктов и технологий;
  - b. только сезонными колебаниями;
  - c. только изменением курса валют;
  - d. только административными решениями без рынка.

24. Инновационная политика предприятия в туризме определяет:
- a. направления, приоритеты, формы и инструменты развития инновационной деятельности;
  - b. только изменения названия;
  - c. только размер заработной платы;
  - d. только рекламную стратегию без внедрения.
25. Инновации в туризме в современных условиях способствуют:
- a. диверсификации туристских продуктов, повышению качества сервиса и устойчивому развитию;
  - b. только сокращению числа туристов;
  - c. только повышению цен без улучшения сервиса;
  - d. только упрощению внутренних процессов без изменений для клиента.

***Примерные оценочные материалы  
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)  
по итогам освоения дисциплины (модуля)***

Вопросы к зачёту

1. Характеристика мировых тенденций развития науки и техники.
2. Определение инновации в социально-культурной сфере и туризме.
3. Группы субъектов инновационного процесса и их характеристика.
4. Характеристика циклов инновационного менеджмента.
5. Понятие научных исследований и разработок.
6. Отличие инноваций от несущественных видоизменений в продуктах и технологиях.
7. Жизненный цикл инноваций.
8. Основные различия продуктовых инноваций от процессных.
9. Перечень инноваций на входе, выходе и в системной структуре предприятия.
10. Особенности и специфика функционирования венчурных фирм.
11. Определение венчурного финансирования.
12. Основные организационные формы венчурной деятельности.
13. Характеристика основных факторов, способствующих активизации венчурной деятельности в туризме России.
14. Основные отличия банковского кредитования от венчурного капитала.
15. Основные принципы инновационной стратегии.
16. Характеристика фаз инновационного планирования.
17. Типы и направления выбора инновационных стратегий.
18. Сущность и структура инновационного проекта.
19. Инициативный проект и сущность его содержания.
20. Характеристика групп инновационных проектов.
21. Сущность внутренних причин риска инновационных проектов.
22. Сущность внешних причин риска инновационных проектов.
23. Основные принципы различий рисков инновационных проектов.
24. Возможные варианты действий в рискованной ситуации при реализации инновационного проекта.
25. Структура бизнес-плана венчурного инновационного проекта.
26. Оценка и расчет стоимости затрат инновационного проекта.
27. Методика расчета результативности инновационного проекта.
28. Определение и характеристика стадий жизненного цикла продукта.
29. Сущность информационного и аналитического функционально-стоимостного анализа.
30. Процесс подготовки производства нового продукта.
31. Сущность конструкторской и технологической подготовки инновационного проекта.
32. Значение управления техническим уровнем и качеством новой продукции
33. Определение технологии в социально-культурном сервисе и туризме.
34. Роль инновационного менеджмента в производственных технологиях.

35. Оценка конкурентоспособности продукции по критерию качества.
36. Роль инновационного менеджмента в социально-культурном сервисе.
37. Содержание цикличности в технологии исследования.
38. Сущность эндогенных и экзогенных факторов технологических изменений.
39. Различия и сходства понятий аксиоматической и профессиональной технологии.
40. Механизм управления процессом НИОКР.
41. Основные направления анализа спроса на нововведения.
42. Основные виды инновационного эффекта.
43. Сущность показателя «период окупаемости».
44. Понятие абсолютной и сравнительной эффективности инновационного проекта.
45. Система показателей оценки общей экономической эффективности инноваций.
46. Основные материальные и нематериальные результаты инновационной деятельности.
47. Содержание понятия «интеллектуальная собственность».
48. Организационные формы продажи лицензий на внешнем рынке.
49. Определение патента.
50. Способ определения экспортной конкурентоспособности.
51. Внутренние и внешние затраты на инновационную деятельность.
52. Современные инновационные технологии туристской индустрии.
53. Инновации в развитии современного гостиничного бизнеса (описание опыта инновационных технологий отелей мира).
54. Сущность инновационных технологий на предприятиях общественного питания.
55. Особенности инновационных стратегий Сущность патентирования и лицензирования.
56. Характеристика этапов инновационного планирования.
57. Характеристика групп инновационных проектов.
58. Механизм управления процессом НИОКР.
59. Инновации в гостиничном бизнесе.
60. Инновации в ресторанном бизнесе.
61. Инновации для бизнеса в сфере гостеприимства.
62. Инновации в туризме.
63. Инновации в туристской инфраструктуре.
64. Инновации в рекламе.
65. Инновации в сфере общественного питания. Необычные рестораны.
66. Основные виды инновационного эффекта.
67. Классификация инноваций.
68. Инновации в области коммуникации.
69. Электронный документооборот.
70. Инновации в экскурсионной деятельности.
71. Инновации в этнокультурном туризме.
72. Инновации в библиотечном деле. Самые необычные библиотеки мира.
73. Инновации в печатной рекламе.
74. Инновационные виды туризма.
75. Венчурная инновационная деятельность.
76. Инновационный процесс.
77. Задачи и сфера деятельности современного инновационного менеджмента.
78. Сущность и структура инновационного проекта.
79. Определение инновации в социально-культурной сфере и туризме.
80. Инновационные музеефицированные гостевые комплексы, как туристские объекты.
81. Туристско-рекреационные кластеры экотуризма и экофермерства.

*Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)*