

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Инновации в социально-культурной сфере и туризме

Кафедра коммерции и маркетинга факультета управления

Образовательная программа
38.04.02 Менеджмент

Профиль подготовки
Маркетинг в туризме

Уровень высшего образования
магистратура

Форма обучения
очная

Статус дисциплины: вариативная по выбору

Махачкала, 2016 год

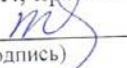
Рабочая программа дисциплины «Инновации в социально-культурной сфере и туризме» составлена в 2016 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры) от « 30 » марта 2015г. № 322.

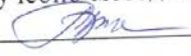
Разработчик: кафедра коммерции и маркетинга, Камалова Т.А., к.т.н., проф. mk

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры коммерции и маркетинга от «18» октября 2016г.,
протокол №3

Зав. кафедрой  Умавов Ю.Д.
(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета управления
от «27» октября 2016 г., протокол №2.

Председатель  Камалова Т.А.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим
управлением «22» ноября 2016 г. 

Содержание

Аннотация рабочей программы дисциплины	4
1. Цели освоения дисциплины	5
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	5
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины	6
4.1. Объем дисциплины	6
4.2. Структура дисциплины	6
4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)	7
5. Образовательные технологии	8
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.	9
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.	11
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.	11
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания	12
7.3. Типовые контрольные задания	15
7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	22
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.	26
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.	26
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.	27
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.	27
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.	28

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Инновации в социально-культурной сфере и туризме» входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.02 Менеджмент, является дисциплиной по выбору.

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с особенностями управления инновациями на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма. Необходимость изучения данной дисциплины обусловлена динамичностью развития сектора услуг, его кардинальными особенностями по сравнению с другими секторами производства. В секторе услуг сегодня также активно внедряются новые методы управления, происходит поиск активных методов сбалансированности спроса и предложения, преследуется всемерное удовлетворение нужд и потребностей клиента. Кроме этого, динамично развивающейся отрасли свойственен достаточно высокий уровень конкурентной борьбы и динамики макро- и микроэкономических индикаторов.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных - ОК-3, общепрофессиональных – ОПК-3.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий

Семес тр	Учебные занятия						СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцирован ный зачет, экзамен
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Всего	из них						
Лекции		Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации			
9	24	8		16		48	зачет	

1. Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины состоит в овладении студентами прочными знаниями «Инноваций в социально-культурной сфере и туризме» и умении применять их в профессиональной и общественной деятельности.

Задачи дисциплины – дать студентам цельную систему знаний об инновациях в социально-культурном сервисе и туризме, показать взаимосвязь и взаимозависимость мирового и отечественного процессов инноваций в социально-культурном сервисе и туризме.

Изучение дисциплины «Инновации в социально-культурном сервисе и туризме» служит не только созданию фундамента интеллектуального потенциала будущего специалиста, но и способствует формированию его гражданской позиции.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Инновации в социально-культурной сфере и туризме» входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.02 Менеджмент, является дисциплиной по выбору.

Дисциплина «Инновации в социально-культурной сфере и туризме» базируется на знаниях современных проблем менеджмента и маркетинга.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) .

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ОК-3	готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: особенности инновационных проектов, их структуру и порядок разработки. Уметь: осуществлять и обосновывать выбор вида инновационной стратегии для конкретного предприятия. Владеть: Методиками оценки существующей практики обслуживания клиента
ОПК-3	способность проводить самостоятельные исследования,	Знать: модели инновационного

	<p>обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>цикла и закономерности инновационных процессов.</p> <p>Уметь: выявлять конкретные общественные потребности и предлагать проекты создания необходимых инноваций.</p> <p>Владеть: методами проведения презентаций инновационных проектов.</p>
--	---	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		
Модуль 1: Инновационный процесс как фактор развития современной организации									
1	Тема 1.1. Принципы и особенности управления инновациями на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма	9	1,2	2	4			12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
2	Тема 1.2. Инновационная политика организации социально-культурной сферы и туризма	9	3,4	2	4			12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
	<i>Итого по модулю 1:</i>	36		4	8			24	тестирование
Модуль 2: Разработка и реализация проектов нововведений									

4	Тема 2.1. Инновационные стратегии организаций в социально-культурной сфере и туризме	9	5,6	2	4			12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
5	Тема 2.2. Управление инновационными проектами	9	7,8		6			12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка конспекта.
	<i>Итого по модулю 3:</i>	36		2	10			24	тестирование
	ИТОГО:	72		6	18			48	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1: Инновационный процесс как фактор развития современной организации

Тема 1.1. Принципы и особенности управления инновациями на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма

Современный этап развития общества. Взаимосвязь социально-культурной сферы и высокотехнологичных отраслей. Цикличность экономического и социального развития. Экономический рост и глобализация социально-экономического развития общества. Характеристики устойчивого развития общества. Стадии и формы развития. Сущность инноваций. Виды инноваций. Модели инновационного процесса. Отличия инновационного процесса от стабильного бизнес-процесса. Нелинейные механизмы, свойственные инновационному процессу. Предпринимательское управление на рынке услуг. Концепции развития организации. Развитие продукта. Задачи менеджмента инноваций. Технологии производства продуктов и услуг. Виды технологий и их разнообразие. Жизненный цикл услуги/продукта. Управление технологическими разрывами.

Тема 1.2. Инновационная политика организации социально-культурной сферы и туризма.

Особенности современных организаций. Ключевые компетенции. Факторы успеха нововведений. Источники инновационных возможностей. Поведение фирм на рынке. Инновационные возможности. Социальные изменения. Изменения в отраслевых и рыночных структурах. Неожиданное событие. Несоответствие между затратами и результатами. Особенности инноваций, основанных на новых знаниях. Источники нововведений и инновационный процесс. Модели инновационного цикла. Этапы инновационного цикла. Времяемкость инноваций. Скорость диффузии нововведений. Непрерывность инновационного процесса. Примеры инноваций. Экономические и социальные результаты инноваций.

Модуль 2: Разработка и реализация проектов нововведений

Тема 2.1. Инновационные стратегии организаций в социально-культурной сфере и туризме

Стратегический подход – основа управления инновациями. Оценка положения предприятия на рынке. Анализ и оценка внешней среды. Управленческое обследование сильных и слабых сторон предприятия. Оценка инновационного потенциала и инновационной активности организации. Формирование главной цели и ее стратегических альтернатив. Выбор стратегии.

Виды инновационных стратегий. Наступательные и стабилизационные (оборонительные) инновационные стратегии.

Тема 2.2. Управление инновационными проектами

Проект как основа инновационной деятельности. Определение понятия «проект». Виды проектов. Структура проекта.

Финансирование проектов. Рыночные способы привлечения средств под инновационные проекты.

Стадии инновационного проектирования. Экспертиза и отбор проектов. Критерии отбора: соответствие целям предприятия, социальные, рыночные, научно-технические, финансовые, производственные критерии. Учет фактора риска. Экономическая оценка проекта. Аспекты реализации проекта: сроки, расходы и качество. Методы и процедуры управления проектами и контроль за ходом их реализации.

5. Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс–метода (проблемно–ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта отечественных и зарубежных компаний;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- решение ситуационных задач;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует

формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Возрастает значимость самостоятельной работы студентов в межсессионный период. Поэтому изучение курса «Инновации в социально-культурной сфере и туризме» предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий.

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 1.1. Принципы и особенности управления инновациями на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений
Тема 1.2. Инновационная политика организации социально-культурной сферы и туризма	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений
Тема 2.1. Инновационные стратегии организаций в социально-культурной сфере и туризме	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений

Тема 2.2. Управление инновационными проектами	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач оценке методов проведения исследований	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа
--	---	---

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить два реферата. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по формированию рыночных стратегий, комплекса маркетинга, организационных структур управления и т.д. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц.

Тематика рефератов:

1. Государственное регулирование инновационной политики на территории РФ и Республики Дагестан.
2. Концепция инновационной политики РФ.
3. Становление инновационного менеджмента в России.
4. Развитие инновационной сферы в РФ.
5. Влияние развития инновационной сферы на внедрение новых товаров/услуг в социально-культурный сервис/туризм.
6. Жизненные циклы услуг и товаров в сфере сервиса.
7. Стратегическое планирование инноваций.
8. Виды «пассивной» стратегии и их характеристика.
9. Виды «активной» стратегии и их характеристика.
10. Маркетинговая стратегия в сфере сервиса и туризме.
11. Стратегия диверсификации производства в сфере сервиса и туризме.
12. Государственная экспертиза инновационных проектов.
13. Инвестиционный проект и его особенности.

14. Инновационный проект и его особенности.
15. Проекты исследования и развития и его особенности.
16. Социальные проекты и его особенности.
17. Организационные проекты и его особенности.
18. Методы отбора инновационных проектов.
19. Перспективные инновационные проекты на территории Республики Дагестан.
20. Эффект и эффективность инновационных проектов.
21. Эффективность затрат на инновационную деятельность в сфере сервиса и туризма.
22. Особенности регулирования интеллектуальной собственности в РФ.
23. Патентование и лицензирование сервисных услуг (товаров).
24. Передача технологий на международном уровне.
25. Развитие и становление франчайзинга в РФ.
26. Договор франчайзинга: виды и особенности оформления.
27. Развитие и становление мерчандайзинга в РФ.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

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

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
ОК-3	<p>Знать: особенности инновационных проектов, их структуру и порядок разработки.</p> <p>Уметь: осуществлять и обосновывать выбор вида инновационной стратегии для конкретного предприятия.</p> <p>Владеть: методами разработки инновационных стратегий предприятий услуг</p>	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование
ОПК-3	<p>Знать: модели инновационного цикла и закономерности инновационных процессов.</p> <p>Уметь: выявлять конкретные общественные потребности и предлагать проекты</p>	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование

	создания необходимых инноваций. Владеть: методами проведения исследований услуг и стратегического планирования инновационной деятельности в сфере услуг.	
--	---	--

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

ОК-3 (готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала)

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	Иметь представление об особенностях инновационных проектов, их структуре и порядке разработки.	Ознакомлен с особенностями инновационных проектов, их структурой и порядком разработки.	Демонстрирует знание особенностей инновационных проектов, их структуры и порядка разработки.	Дополнительно демонстрирует умение применять особенности инновационных проектов, их структуры и порядка разработки.

Базовый	Умение грамотно осуществлять и обосновывать выбор вида инновационной стратегии для конкретного предприятия.	Имеет представление об осуществлении обосновании выбора вида инновационной стратегии для конкретного предприятия.	Демонстрирует понимание выбора вида инновационной стратегии для конкретного предприятия.	Может самостоятельно осуществлять и обосновывать выбор вида инновационной стратегии для конкретного предприятия.
Продвинутый	Владение современными методами разработки инновационных стратегий предприятий услуг.	Демонстрирует четкое представление о методах разработки инновационных стратегий предприятий услуг.	Демонстрирует владение навыками разработки инновационных стратегий предприятий услуг.	Способен эффективно самостоятельно использовать методы разработки инновационных стратегий предприятий услуг.

ОПК-3 (способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования)

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	Иметь представление о моделях инновационного	Ознакомлен с моделями инновационного цикла и	Демонстрирует знание моделей инновационн	Дополнительно демонстрирует

	цикла и закономерностях инновационных процессов.	закономерностями инновационных процессов.	ого цикла и закономерностей инновационных процессов.	умение применять модели инновационного цикла и закономерности инновационных процессов.
Базовый	Умение выявлять конкретные общественные потребности и предлагать проекты создания необходимых инноваций.	Имеет представление о способах выявления и удовлетворения общественных потребностей.	Демонстрирует понимание способов выявления и удовлетворения общественных потребностей и может предложить проекты создания необходимых инноваций.	Может самостоятельно и грамотно выявлять общественные потребности и предложить проекты создания необходимых инноваций.
Продвинутый	Владение современными методами проведения исследований услуг и стратегического планирования инновационной деятельности в сфере услуг.	Владеет современными методами проведения исследований услуг и стратегического планирования инновационной деятельности в сфере услуг.	Демонстрирует навыки использования современных методов проведения исследований услуг и стратегического планирования инновационной деятельности в сфере услуг.	Способен эффективно самостоятельно использовать современные методы проведения исследований услуг и стратегического планирования инновационной деятельности в сфере услуг.

Если хотя бы одна из компетенций не сформирована, то положительная оценки по дисциплине быть не может.

7.3. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Образец тестового задания по первому модулю

Модуль 1

Вариант 1.

1. Какой тип развития характеризуется выявлением и увеличением уже имеющихся ресурсов?

- a) интенсивный
- b) экзогенный
- c) экстенсивный
- d) эндогенный

2. Какое из приведенных суждений является ОШИБОЧНЫМ?

- a) для отраслей *hi-tech* характерны короткий жизненный цикл, развитая практика копирования, размытая конкурентная среды, творческий подход к применению новых продуктов
- b) развитие организации за счет использования опыта лидеров отрасли относится к экзогенному типу развития
- c) демографические изменения в обществе влияют на изменение спроса на продукцию и услуги
- d) устойчивое развитие предполагает экономический рост за счет интенсивного использования природных ресурсов

3. Что означает понятие "внешняя эффективность"?

- a) эффективная система мотивации персонала
- b) производство товаров и услуг, удовлетворяющих потребности общества
- c) целенаправленная инновационная деятельность
- d) эффективная организация все процессов в организации в соответствии с современными принципами и подходами управления
- e) эффективная система продвижения продукта/услуги на рынок

4. Что является критерием инновации?

- a) Новая ценность, изменения во внешней среде
- b) Уровень изменений в обществе (базовые ценности, стиль жизни и т.д.)
- c) Новое богатство и новый потенциал действия во всех сферах человеческой деятельности
- d) Интересы клиентов и формирование новых потребностей

5. Выделите положения, характеризующие ключевые компетенции организации.

- a) обеспечивают корпоративное выживание в краткосрочном и долгосрочном периодах
- b) «невидимы» для конкурентов и трудновоспроизводимы
- c) основаны на использовании опыта других организаций
- d) играют существенную роль при принятии стратегически важных решений, ценных с социальной и рыночной точек зрения
- e) играют решающую роль в совершенствовании основных продуктов и услуг

6. Выделите «Четыре C потребителя»:

- a) цена
- b) продукт
- c) коммуникации
- d) место
- e) удобство
- f) решение клиента
- g) издержки потребителя
- h) обстановка
- i) люди

7. Какой показатель указывается на оси абсцисс (X) при построении жизненного цикла технологии на рынке?

- a) Затраты
- b) Время
- c) Результативность технологии
- d) Прибыль
- e) Объем реализации продукции или услуг, произведенных на основе данной технологии

8. Что следует предпринять организации на этапе насыщения рынка?

- a) Применение активных приемов стимулирования
- b) Разработка модификаций продукта
- c) Выход на новый сегмент рынка
- d) Выход на новый рынок
- e) Защита прав на объекты интеллектуальной собственности
- f) Проведение рекламы напоминающего характера

9. Какое из действий необходимо осуществить, если продукт вступил в этап "упадка" своего жизненного цикла?

- a) расширение научно-исследовательских работ по совершенствованию продукта
- b) увеличение затрат на рекламу
- c) закупка нового оборудования для выпуска данной продукции
- d) серьезный анализ уровня издержек

10. Какое понятие характеризует «критические технологии»?

- a) Технологии, созданные для обеспечения обороноспособности государства и передаваемые в гражданскую сферу

- b) Технологии, в разработке которых необходимо осуществить переход на более высокий научно-технический уровень в целях обеспечения развития комплексных технологий
- c) Технологии, представляющие собой совокупность технических и технологических процессов по созданию определенного вида продукции с заданными параметрами

Вариант 2

1.Какая из приведенных характеристик относится к инновационному процессу?

- a) четкое разделение прав и полномочий
- b) нормативы и стандарты разработаны
- c) тип процесса – дискретный
- d) достижение цели - в соответствии с оперативным планом

2.Какие из утверждений ОШИБОЧНЫЕ?

- a) Использование средств спонсора для проведения фестиваля относится к эндогенному типу развития
- b) Закрытие какой-либо специальности в вузе является примером развития
- c) Устойчивое развитие – модель движения вперед при которой достигается удовлетворение жизненных потребностей существующего поколения без лишения такой возможности будущих поколений
- d) Для высокотехнологичных отраслей характерны развитая практика копирования и длительный жизненный цикл
- e) Образование, культура, здравоохранение относятся к сектору отраслей повышенного спроса на новые знания и технологии

3.Какое из приведенных суждений является ОШИБОЧНЫМ?'

- a) для отраслей *hi-tech* характерны короткий жизненный цикл, развитая практика копирования, размытая конкурентная среды, творческий подход к применению новых продуктов
- b) развитие организации за счет использования опыта лидеров отрасли относится к экзогенному типу развития
- c) демографические изменения в обществе влияют на изменение спроса на продукцию и услуги
- d) устойчивое развитие предполагает экономический рост за счет интенсивного использования природных ресурсов

4.Как может быть защищен логотип туристической фирмы?

- a) как изобретение
- b) как полезная модель
- c) как промышленный образец
- d) как товарный знак
- e) как наименование места происхождения товара
- f) как фирменное наименование

5.Выделите критерии патентоспособности промышленного образца

- a) новизна

- b) изобретательский уровень
 - c) оригинальность
 - d) промышленная применимость
 - e) применение новых элементов в известном образце
6. Выделите объекты, относящиеся к объектам авторского права и смежных прав?
- a) открытие
 - b) товарный знак
 - c) фирменное наименование
 - d) наименование места происхождения товара
 - e) изобретение
 - f) программа для ЭВМ и база данных
 - g) промышленный образец
 - h) научная статья
 - i) мультяшный образ
7. Отметьте, что необходимо указать при регистрации фирменного наименования?
- a) организационно-правовую форму
 - b) организационную структуру
 - c) предмет деятельности
 - d) личность владельца или собственники предприятия
 - e) произвольное название
 - f) руководителя предприятия
 - g) вид предприятия
8. Лицензия, выдаваемая лицензиаром другому лицу на право предоставления услуг под товарным знаком лицензиара и при его технологической поддержке - это...?
- a) полная лицензия
 - b) исключительная лицензия
 - c) франшизная лицензия
 - d) параллельная лицензия
9. От каких факторов зависит продолжительность этапа выведения нового продукта или услуги на рынок?
- a) Информированность потребителей
 - b) Доля новаторов среди потребителей
 - c) Копирование конкурентами новинки
 - d) Скорость выхода на новые сегменты рынка
 - e) Наличие недостатков, выявленных в процессе реализации и эксплуатации новинки

Модуль 2

Вариант 1

1. Что означает формирование стратегии развития организации на основе экстраполяции?
- a) Перенос тенденций, сложившихся в прошлом, на будущий период

- b) Оценка потенциала организации и определение будущего на основе возможностей и угроз
 - c) Прогноз будущих тенденций развития внешней среды
 - d) Факторный анализ внешней и внутренней среды организации
2. В чем смысл защитной стратегии?
- a) Сознательное замедление вывода нового товара/услуги на рынок и ожидание, когда это сделает лидер
 - b) Осуществление исследований и обновление ассортимента и услуг в той степени, которая соответствует среднеотраслевому уровню
 - c) Производство товара или услуги, сочетающих свойства нескольких товаров/услуг
 - d) Стратегия ежедневного, ежечасного улучшения осуществляемых процессов
3. Предприятие обладает квалифицированным персоналом, но ограниченными ресурсами, руководство не склонно к риску. Как Вы думаете, какой инновационной стратегии предприятию следует придерживаться?
- a) оборонительной
 - b) наступательной
 - c) стратегии сравнительных преимуществ
 - d) стратегии выживания
4. Расчет какого показателя эффективности проекта здесь приведен?

$$PI = \frac{1}{I} \times \sum_{t=0}^T \frac{NCF_t}{(1+D)^t}$$

- a) индекс доходности
 - b) чистый дисконтированный доход
 - c) внутренняя норма доходности
 - d) срок окупаемости
 - e) норма дисконта
5. Какой из перечисленных факторов будет главным при определении судьбы проекта?
- A. проект соответствует отношению предприятия к риску
 - B. у организации имеются все необходимые ресурсы для осуществления проекта
 - C. негативное общественное мнение о проекте
 - D. ожидается приемлемая для организации норма прибыли по проекту
6. Выделите характеристики лидера
- a) Мотивирует персонал на выполнение текущих заданий
 - b) Занимается планированием текущих операций
 - c) Организует работу персонала по выполнению плановых заданий
 - d) Располагает к себе людей и уделяет большое внимание общению
 - e) Власть делегируется снизу
 - f) Получает полномочия сверху
 - g) Формирует видение будущего и вырабатывает стратегии его достижения
7. К какому виду обучения относятся «игры»?

- a) Инновационное обучения
 - b) Сохраняющее обучение
 - c) Одна из форм переподготовки персонала
8. Какие виды работ включает фаза начала проекта?
- a) Обеспечение отчетности, управление общественными взаимоотношениями, спецификация продукции/услуг, управление организационной структурой, управление заключением контрактов, определение статуса проекта, ревизия, управление составом участников
 - b) Анализ внешней среды проекта, анализ участников, определение целей, выявление ограничений и оценка сложности, выбор критериев успешного завершения проекта, рассмотрение различных вариантов проекта и анализ риска, назначение цен, заключение контракта
 - c) Изменение оценки целей, изменение основных договоров, управление требованиями к проекту, управление изменениями

Вариант 2

1. Выделите действия, которые вызывают сопротивление персонала изменениям.
- a) Перемены должны инициироваться «сверху»
 - b) Пропаганда необходимости изменений
 - c) Нежелание руководства иметь дело с непопулярными проблемами
 - d) Нежелание персонала выполнять рутинную работу
 - e) Отсутствие уважения и доверия к лицу, содействующему осуществлению изменений
2. Каким образом соотносятся изменения в людях и в организациях
- a) Человек меняется одновременно с осуществляемыми в организации переменами
 - b) Циклы перестройки в людях и в организации могут и не совпадать, происходить даже в разные периоды времени
 - c) Несмотря на различие в циклах, они практически не влияют на скорость и успешность изменений, осуществляемых в организации
3. Выделите фундаментальные положения, на которых базируется концепция управления отношениями с клиентами:
- a) Понимание потребительского поведения клиентов
 - b) Проведение активной рекламной кампании
 - c) Распространение информации о клиентах в масштабах всей организации
 - d) Предоставление любому клиенту сервиса высшего уровня
 - e) Повышение операционной эффективности с целью снижения расходов
4. Что свойственно концепции «клиент, управляющий отношениями» (CMR)
- a) Деятельность и процессы организованы вокруг продуктов и услуг компании

- b) Знает и понимает уникальные потребности клиента
 - c) Позволяет клиенту сообщать организации, что для него действительно важно
 - d) Клиент чувствует, что обладает полномочиями и властью
5. Каким термином характеризуется ситуация «...позволяет конечному пользователю активно участвовать в создании продукта или услуги и советовать его производителям, что им нужно делать. Клиенты даже могут выбирать уровень сервиса, который лучше всего соответствует их потребностям»?
- a) Персонализация
 - b) Индивидуализация
 - c) Информационная технология
6. Какой способ сбора данных о потребностях клиента предполагает активное вовлечение потенциальных клиентов в процесс формирования новой услуги или продукта?
- a) Интернет-сообщество
 - b) Опрос клиентов по телефону
 - c) Сбор предложений о том, что хотел бы получить клиент в процессе обслуживания
 - d) Применение SMS-технологий
7. Выделите вопросы, которые позволяют оценить, в какой степени клиенты взаимодействуют с организацией?
- a) Насколько организация уязвима для конкурентов?
 - b) Каковы частота и интенсивность разговоров сотрудников организации с клиентами?
 - c) Легко ли клиентам получить от организации необходимую им информацию?
 - d) Как много готовы потребители рассказать организации о своих предпочтениях, потребностях и желаниях?
 - e) Знает ли организация, как можно выйти на тех клиентов, которые больше всего удовлетворены качеством обслуживания?
8. Выделите положения, характеризующие проект.
- a) благоприятное отношение различных групп к проекту;
 - b) строгие и обоснованные цели;
 - c) строгая заданность всех работ;
 - d) неизбежность различных конфликтов;
 - e) определенные сроки начала и окончания работ;
 - f) ограниченные ресурсы;
 - g) наличие внутренних и внешних взаимосвязей операций, задач и ресурсов.

Контрольные вопросы к зачету для промежуточного контроля

1. Содержание понятия «развитие». Формы развития и их особенности.
2. Характеристика понятия «социально-экономическое развитие».

Показатели, позволяющие оценить социально-экономическое развитие общества.

3. Концепция устойчивого развития и его особенности.
4. Характеристика мировых тенденций развития науки и техники.
5. Особенности структурных изменений в экономике развитых стран под влиянием научно-технической революции.
6. Особенности современного развития науки. Научоемкие технологии.
7. Определение понятий «инновация». Условия, когда новая идея становится нововведением.
8. Рыночная и научно-техническая новизна инновации.
9. Источники инноваций.
10. Инновационный процесс, его характеристика и особенности.
11. Этапы и стадии инновационного цикла.
12. Виды стратегий в инновационной деятельности.
13. Особенности наступательной стратегии.
14. Инновационные программы предприятий: содержание, порядок подготовки, примеры.
15. Критерии оценки и отбора инновационных проектов.
16. Планирование реализации инновационных проектов.
17. Управление проектами: содержание деятельности и основные принципы.
18. Контроль за ходом реализации инновационного проекта.
19. Характеристика жизненного цикла технологии (продукции/услуг).
20. Управление параметрами жизненного цикла продукции/услуг.
21. Меры по развитию существующей продукции/услуг.
22. Подходы к внедрению нового продукта/услуг на рынок.
23. Зависимость между затратами на улучшение продукта (или технологии) и полученными результатами.
24. Объективные пределы развития технологий и технологические разрывы.
25. Управление технологическими разрывами: понятие и содержание деятельности.
26. Действия фирм в период приближения к пределу своей технологии.
27. Факторы, затрудняющие переход к новой технологии (новому продукту).
28. Функциональные роли персонала в инновационной деятельности.
29. Методы генерирования идей.
30. Роль лидера в инновационной деятельности.
31. Модели управления изменениями в организации.
32. Виды обучения персонала.

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

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов
«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла по дисциплине в «зачтено»
или «не зачтено»

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по дисциплине
0-50	Не зачтено

51-100	Зачтено

Например:



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. Баранчеев В.П. Управление инновациями: учебник / В.П. Баранчиев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин. – 3-е издание, переработанное и дополненное. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 367 с. с.
2. Буйленко В.Ф. Инновации в социально-культурном сервисе и туризме. Учебное пособие. – Краснодар: Издательство: Южный институт менеджмента, 2012. – 292 с.
3. Маркетинг инноваций: Учебник /под общей ред. Н.Н. Молчанова. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 528 с.

б) дополнительная литература:

1. Алексеева М.Б. Анализ инновационной деятельности: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры /М.Б. Алексеева, П.П. Ветренко. - М.: Издательство Юрайт, 2016. – 303 с.
2. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 207 с.
3. Инновационный менеджмент/ под ред. П.Н.Завалина, А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – М.: Центр исследований и статистики науки, 2009. – 512 с.
4. Лашманова Н.В., Абабкова М.Ю. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. – СПб.: СПбГУП, 2011. – 288 с.
5. Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. - М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2008.- 224с.
6. Новиков В.С. Инновации в туризме. М.:ИЦ «Академия», 2007 – 208 с.
7. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. Пособие для студ. высш. учеб. заведений/ В.С. Новиков. - М.: Издательский центр «Академия», 2007. - 208 с.
8. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие / С.А. Севастьянова. - М.: КНОРУС, 2007.- 256 с.
9. Хотяшева О.М. Инновационный менеджмент: учебник и практикум / О.М. Хотяшева, М.А. Слесарев. - М.: Издательство Юрайт, 2016. – 326 с.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

www.sostav.ru - Информационно-аналитический портал

www.marketing.spb.ru - Энциклопедия маркетинга

www.ime-link.ru - «Маркетинг: Теория. Практика. Обучение»

www.4p.ru - маркетинг

www.marketolog.ru - маркетолог

www.rwr.ru – все о рекламе

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины «Инновации в социально-культурной сфере и туризме» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу студентов в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов. Особое внимание следует обратить на содержание понятие «инновация», «инновационный процесс», принципы управления инновационной деятельностью на предприятии социально-культурной сферы и туризма, подходы к разработке инновационной стратегии организации, а также управления проектами.

Особую трудность в изучении составляют такие вопросы, как: «Инновационная политика организации», «Интеллектуальная собственность в деятельности предприятий социально-культурной сферы и туризма», «Управление инновационными проектами», «Новая идеология выстраивания взаимоотношений с клиентами». При изучении данных тем целесообразно внимательно ознакомиться с лекционным материалом, ответить на контрольные вопросы. В процессе работы необходимо привлекать дополнительную литературу для формирования целостного представления по рассматриваемым проблемам, после чего ответить на вопросы итогового теста. Особое внимание следует обратить на то, что менеджмент инноваций – достаточно новое направление и как наука еще установилась, поэтому включает в себя множество концепций, созданными различными авторами и научными коллективами. Предпочтительны литературные источники, делающие ссылки на авторов разработок, такие как: П.Друкер, Б.Твисс, Й.Шумпетер.

Тестовая система предназначена для комплексной самопроверки знаний студента по дисциплине. Тест предполагает выбор одного или нескольких вариантов приведенных ответов. Выбранный ответ (ответы) необходимо зафиксировать. После того, как студент ответил на все вопросы теста, относящегося к данной теме, желательно самому проверить правильность ответов. Для этого необходимо найти в тексте лекции соответствующий материал, сверить свои ответы с положениями лекции. Далее следует оценить количество правильных ответов (крайне важна объективность собственных оценок), и если их число меньше половины, то рекомендуется возвратиться к материалам данной лекции, а также к рекомендуемой основной литературе. Если на большинство вопросов ответы были даны правильные, то следует ограничиться анализом неверных ответов.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта. Разработан учебный курс на электронной платформе Moodle.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 421 ауд., 408 ауд., 434 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS Power Point, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.