

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
рекреационной географии, страноведения и туризма  
Федотов С.В.  
подпись, расшифровка подписи  
26.05.2022 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.07 Инновационные технологии в туризме**

- 1. Код и наименование направления подготовки/специальности:** 43.04.02  
Туризм
- 2. Профиль подготовки/специализация** Планирование и проектирование в туризме
- 3. Квалификация выпускника:** магистр
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** рекреационной географии, страноведения и туризма
- 6. Составители программы:** Комов Игорь Владимирович , кандидат географических наук, доцент кафедры социально-экономической географии и регионоведения, факультет географии, геоэкологии и туризма; igrkom@bk.ru
- 7. Рекомендована:** НМС факультета географии, геоэкологии и туризма (Протокол №8 от 04.05.2022 г.)
- 8. Учебный год:** 2023-2024      **Семестр(ы)/Триместр(ы):** 4

## 9. Цели и задачи учебной дисциплины

Целью изучения дисциплины «Инновационные технологии в туризме» является формирование у обучающихся комплекса знаний, умений и навыков по теоретическим основам инновационных технологий и методам экономической

оценки инноваций, а также выработки экономического мышления, направленного на повышение эффективности инновационной деятельности организации.

Задачи изучения дисциплины: - усвоение теоретических основ инновационного менеджмента и инновационных технологий в сфере услуг; - овладение методикой выбора наиболее эффективных вариантов инновационных решений; - рассмотрение различных аспектов развития инновационной деятельности в РФ и в странах с регулируемой рыночной экономикой.

## 10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Данная дисциплина является предшествующей для подготовки научно- квалификационной работы (диссертации) и прохождения научно-исследовательской практики и производственной практики.

## 11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-6	Способен разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-техническую документацию	ПК-6.1	Способен оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии	Знать: методы оценки и осуществления технико-экономического обоснования проектов, реализуемых в туристской индустрии на различных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровнях). Уметь: оценивать и осуществлять техникоэкономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне). Владеть: навыками проведения оценки и осуществления технико-экономического обоснования инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне).
	Способен разрабатывать	ПК-6.2	Способен к разработке и	Знать: принципы инновационной деятельности,

	<p>новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-техническую документацию</p>		<p>внедрению инновационных технологий в туристской индустрии</p>	<p>разработки и внедрения инновационных технологий в туристской индустрии. Уметь: разрабатывать и внедрять инновационные технологии в туристской индустрии. Владеть: навыками разработки и внедрения инновационных технологий в туристской деятельности.</p>
	<p>Способен разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-техническую документацию управления</p>	<p>ПК-6.3</p>	<p>Способен к внедрению современной системы стандартизации в туристской индустрии</p>	<p>Знать: принципы разработки и внедрения нормативной документации по стандартизации, сертификации и качеству туристского продукта и услуг туристской индустрии. Уметь: анализировать, разрабатывать и внедрять нормативную документацию по стандартизации, сертификации и качеству туристского продукта и услуг туристской индустрии. Владеть: навыками разработки, использования и внедрения нормативной документации по стандартизации, сертификации и качеству туристского продукта и услуг туристской индустрии.</p>

12. зачетных единиц/час.

Объем дисциплины в  
— 2 / 72.

Форма промежуточной аттестации - экзамен

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость	
		Всего	По семестрам
			4 семестр
Аудиторные занятия		72	72
в том числе:	лекции	28	14
	практические	14	30
	лабораторные		-
Самостоятельная работа		30	30

в том числе: курсовая работа (проект)		
Форма промежуточной аттестации (зачет)		
Итого:	72	72

### 13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн- курса, ЭУМК*
<b>1. Лекции</b>			
1.1	Сущность и функции инновационной деятельности	<p>Сущность и функции инновационной деятельности Теория инновационных процессов Й. Шумпетера, технологические уклады развития, CALS-технологии, роль предпринимательства в инновационных процессах, модели поведения «новаторов» и «консерваторов», предпринимательская деятельность в туристской сфере, развитие международной торговли. Содержание понятия «инновации», инновация и инновационная деятельность, факторы, определяющие инновационное развитие, побудители инноваций.</p> <p>Виды инноваций: по сфере приложения, по масштабам распространения, по характеру нововведений, инновация продукт, инновация-процесс, инновация-сервис, адаптивные инновации, радикальные нововведения.</p> <p>Жизненный цикл и функции инноваций: инновационный цикл, период создания инновации, жизненный цикл инновации, основные функции инноваций.</p> <p>Инновационная деятельность в туризме и гостеприимстве: мотивы появления инноваций, направление развития инноваций в туризме, внедрение нововведений, маркетинговые инновации, периодические нововведения</p>	-
1.2	Управление инновационными	Понятие инновационного проекта, виды инновационных проектов.	-

	<p>проектами. Формы финансирования инновационных проектов</p>	<p>Факторы, снижающие эффективность инновационных проектов. Значение финансирования в управлении инновационными проектами. Формы и виды финансирования проектов: государственное финансирование (прямое и косвенное), рыночное финансирование инновационных проектов – собственные средства организации, акционерное финансирование, банковское кредитование, ипотека, лизинг, венчурное финансирование как особая форма инвестиций в инновационные проекты.</p>	
1.3	<p>Стратегия и планирование инновационной деятельности туристского предприятия</p>	<p>Стратегия и планирование инновационной деятельности туристского предприятия Содержание и характеристика различных типов стратегий. Государственная инновационная стратегия, стратегия «переноса», стратегия «заимствования», стратегия «наращивания». Инновационная стратегия туристского предприятий. Инновационная стратегия: наступательная стратегия, оборонительная стратегия, имитационная стратегия, зависимая стратегия, традиционная стратегия, оппортунистическая традиция, гиперконкуренция. Планирование инноваций и инновационные проекты. Принципы планирования инноваций. Содержание инновационного проекта. Анализ инновационного проекта. Виды проектов, исследовательские проекты, венчурные проекты, модернизационный проект. Этапы разработки инновационных проектов, формирование идеи, маркетинговые исследования и разработка параметров конечной цели проекта, определение «дерева целей» и дерева «работ», анализ неопределенности рисков, выбор жизнеспособного варианта реализации проекта. Риски в инновационной деятельности. Виды рисков, экономический риск, риск технологической неадекватности, риск</p>	-

		<p>финансового несоответствия, риск неуправляемости проектом, юридический риск, негативное воздействие рисков.</p> <p>Управление инновациями и знаниями, отношение к потребителям, как необходимое условие развития.</p> <p>Привлечение сотрудников к участию в инновационных процессах, создание команды для внедрения нововведения.</p> <p>Поддержка инновационной деятельности, генерирование идей.</p> <p>Классификация предприятий по типу инновационного поведения.</p> <p>Виолентное поведение, пациентное поведение, эксплерентное поведение.</p> <p>Коммутантное поведение.</p>	
1.4	Инновационные процессы в туристской деятельности	<p>Разработка инновационной стратегии развития туристского предприятия.</p> <p>Инновации управления качеством в туристском предприятии. Глобальные системы бронирования и центральные сетям бронирования. Инновационные методы формирования пакета туристских услуг. Инновационные методы формирования сервисной системы туристского предприятия.</p> <p>Инновационные подходы к разработке концепции развития туристского предприятия</p>	-
1.5	Научно-технические нововведения в развитии современного туризма: специфика внедрения	<p>Роль и место информационных технологий в сфере туризма.</p> <p>Исторический аспект, возникновение и развитие технологии мультимедиа, её роль и место в мире современных информационных технологий.</p> <p>Особенности применения мультимедиа в туризме. Инновационные направления использования Интернета в туризме. Специфика разработки и внедрения виртуальных технологий в туристско-экскурсионную деятельность.</p>	
1.6	Инновационный менеджмент и маркетинг в туризме: основные направления, подходы и методика	<p>Инновационный менеджмент и маркетинг: особенности терминологии, функции и методики. Приёмы инновационного менеджмента (специфика практической реализации).</p> <p>Особенности продвижения турпродукта на современном туристском рынке.</p> <p>Основные направления инновационной рекламной деятельности в туризме.</p> <p>Специфика туристского брэндинга.</p>	

1.7	Анализ и специфика внедрения инновационных туристских проектов (российский опыт).	Специфика проектной деятельности в туризме. Рынок инноваций (российский и зарубежный опыт). Перспективные инновационные проекты в туризме (анализ и особенности внедрения).	
<b>2. Практические занятия</b>			
2.1	Сущность и функции инновационной деятельности	Дискуссия	-
2.2	Управление инновационными проектами. Формы финансирования инновационных проектов	Деловая игра	-
2.3	Стратегия и планирование инновационной деятельности туристского предприятия	Практикум	
2.4	Инновационные технологии в туристской деятельности	Практикум	

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				Всего
		Лекции	Практические	Лабораторные	самостоятельная работа	
1	Сущность и функции инновационной деятельности	4	2		4	10
2	Управление инновационными проектами. Формы финансирования инновационных проектов	4	2		4	10
3	Стратегия и планирование инновационной деятельности туристского предприятия	4	2		4	10
4	Инновационные процессы в	4	2		4	10

	туристской деятельности					
5	Научно-технические нововведения в развитии современного туризма: специфика внедрения	4	2		4	10
6	Инновационный менеджмент и маркетинг в туризме: основные направления, подходы и методика	4	2		4	10
7	Анализ и специфика внедрения инновационных туристских проектов (российский опыт).	4	2	-	6	12
	Итого:	28	14		30	72

#### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

Необходима регулярная работа с текстом конспектов лекций для понимания и освоения материала предшествующей и последующей лекций. По указанию преподавателя необходимо регулярно выполнять домашние задания, готовиться к собеседованию, подготовить реферат по одной из предложенных тем, выполнять контрольные тесты.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов включают:

- использование электронных учебников и ресурсов интернет;
- использование дополнительной справочной литературы для определения специальной терминологии, на которую опирается изучение теории и истории инноваций в туризме.

;

На практических занятиях студенты выполняют практические работы, иллюстрирующие теоретический материал курса. В случае пропуска занятий студент обязан самостоятельно выполнить задание под контролем преподавателя во время индивидуальных консультаций.

Текущая аттестация по дисциплине осуществляется в 4 семестре в виде реферата на тему, предложенную преподавателем или выбранную студентом из списка рекомендованных. При подготовке к текущей аттестации студенты изучают и конспектируют рекомендованную преподавателем учебную и научную литературу, осваивают понятийный аппарат, закрепляют теоретические знания. Планирование и организация текущей аттестации знаний, умений и навыков осуществляется в соответствии с содержанием рабочей программы дисциплины,



календарно-тематическим планом с применением фонда оценочных средств.

Текущая аттестация обязательна, ее результаты оцениваются и учитываются при промежуточной аттестации, которая проходит в форме экзамена.

### 15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/497663">https://urait.ru/bcode/497663</a> (дата обращения: 26.02.2022).
2	Развитие предпринимательства: инновации, технологии, инвестиции [Электронный ресурс] : монография / М. А. Эскиндаров. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. Режим доступа: <a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394046841.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394046841.html</a>
3	Техника и технологии в сервисе и туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие / Владыкина Ю.О. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. - <a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778232839.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778232839.html</a>

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1	Изотова, М. А. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме / М. А. Изотова, Ю. А. Матюхина. - Москва : Советский спорт, 2006. - 224 с. - ISBN 5-9718-0164-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5971801643.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5971801643.html</a> (дата обращения: 26.02.2022).
2	Пенкина, Н.В.П Туристско-рекреационный комплекс: теоретико-методологические подходы к анализу: Учебно-методическое пособие / Н.В. Пенкина. –Нижевартовск: Изд-во Нижеварт. гос. ун-та, 2017. –173с.
3	Правовое обеспечение инновационной деятельности : учебное пособие / М. Г. Варламов, С. И. Галиева А. В. Аляев; М-во образ. и науки России, Казан. нац. исслед. технол. ун-т. - Казань : Изд-во КНИТУ, 2014. - 440 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)\*:

№ п/п	Ресурс
8	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online», <a href="http://biblioklub.ru/">http://biblioklub.ru/</a>
9	Электронно-библиотечная система «Консультант студента», <a href="http://www.studmedlib.ru">http://www.studmedlib.ru</a>
10	Электронно-библиотечная система «Лань», <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
11	Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ», <a href="http://rucont.ru">http://rucont.ru</a>

## 16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Сервисная деятельность. Практикум [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Назаркина В.А. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2014. - <a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778225299.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778225299.html</a>
2	Гировка Н.Н. Туристско-рекреационные ресурсы территорий: основы организации : учебное пособие / Гировка Н.Н.. — Нижний Новгород : Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019. — 308 с. — ISBN 978-5-528-00349-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/107354.html">http://www.iprbookshop.ru/107354.html</a>
3	<i>Рассохина, Т. В.</i> Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 210 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11578-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/492463">https://urait.ru/bcode/492463</a> (дата обращения: 26.02.2022).

## 17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ, электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

Программа курса может быть реализована с применением дистанционных технологий на платформе «Образовательный портал «Электронный университет ВГУ». Режим доступа по подписке. – <https://edu.vsu.ru>

## 18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитория для лекционных и практических занятий: телевизор Panasonic, переносной экран, ноутбук Asus, мультимедиа-проектор Acer, картографический фонд – настенные карты России, мира, стран СНГ, атласы России, мира.

## 19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Сущность и функции инновационной деятельности	ПК 6	ПК -.6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	Устный опрос
2.	Управление инновационными проектами. Формы			Собеседование

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
	финансирования инновационных проектов			
3.	Стратегия и планирование инновационной деятельности туристского предприятия			Устный опрос Реферат Тест
4.	Инновационные процессы в туристской деятельности			Устный опрос Реферат
5.	Научно-технические нововведения в развитии современного туризма: специфика внедрения	ПК 6	ПК -.6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	Устный опрос Реферат Тест
6.	Инновационный менеджмент и маркетинг в туризме: основные направления, подходы и методика	ПК 6	ПК -.6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	Устный опрос Реферат
7	Анализ и специфика внедрения инновационных туристских проектов (российский опыт).	ПК 6	ПК -.6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	Устный опрос Реферат Тест
Промежуточная аттестация форма контроля – <u>зачет</u>				Перечень вопросов

## 20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

### 20.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью

следующих оценочных средств:

### Темы рефератов:

1. Специфика терминологии современной инновационной деятельности.
2. Классификация и функции инноваций.
3. Задачи инновационной деятельности в туризме.
4. Роль Всемирной туристской организации в стимулировании и развитии инноваций.
5. Государственная поддержка инновационной деятельности в России.
6. Государственная поддержка инновационной деятельности за рубежом.
7. Специфика оценки эффективности инновационных проектов (в туристской сфере).
8. Научно-технические нововведения и развитие инновационных процессов в туризме
9. Особенности применения новых компьютерных технологий в туризме: мультимедиа в туризме
10. Цифровизация сферы туризма в современных условиях.
11. Новации в брендинге туристских территорий (российский опыт).
12. Новации в брендинге туристских территорий (зарубежный опыт).
13. Инновационные формы продвижения туристского продукта (российский туристский рынок).
14. Инновационные формы продвижения туристского продукта (зарубежный туристский рынок).
15. Инновации в туристской индустрии (секторальный анализ).
16. Анализ инновационных туристских проектов (российский туристский рынок).
17. Анализ инновационных туристских проектов - зарубежный опыт.
18. Нормативно-правовая база современной инновационной деятельности (на примере России).
19. Организационные формы инновационной деятельности (общий анализ).
20. Модели инновационных процессов (общая характеристика).

### Критерии оценивания рефератов

Оценка реферата складывается из трех составляющих: оформление, содержание, защита. Оформление реферата должно соответствовать ГОСТ, применяемым к выпускным квалификационным и курсовым работам. Содержание работы должно полностью раскрывать ее тему, демонстрировать анализ специальной литературы в данной области. Текст должен быть логически выстроенным и полностью соответствовать плану работы. Защита реферата предполагает публичное выступление автора и его ответы на вопросы учебной группы и преподавателя. Хорошо подготовленное выступление представляет собой 5-7-минутный доклад, демонстрирующий свободное владение материалом по теме реферата. По результатам защиты выставляется оценка по 4-х балльной шкале.

<b>Шкала оценок</b>	<b>Критерии оценки</b>
«Отлично»	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём,

	соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«Хорошо»	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты; в частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«Удовлетворительно»	Имеются существенные отступления от требований к реферированию; в частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«Неудовлетворительно»	Выставляется, если тема реферата не раскрыта, выявлено существенное непонимание проблемы или же реферат не представлен вовсе.

### Перечень вопросов для собеседования:

Собеседование - форма контроля за выполнением программных требований, специальная беседа преподавателя со студентом на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, рассчитанная на выяснение объема знаний студента по определенному разделу, теме, проблеме. Может проходить в групповом и индивидуальном формате

1. Почему инновационное развитие экономики важно для каждого государства?
2. Какие этапы проходит инновация в своем развитии?
3. Приведите классификацию изобретений по инновационному потенциалу.
4. Каким образом может быть принята инновация обществом?
5. Как масштабность инновации влияет на вероятность возникновения инновационного конфликта?
6. Какие роли могут быть у участников инновационной команды?
7. В чем достоинства и недостатки мозгового штурма как метода активизации инновационного процесса?
8. Почему инновационная стратегия производства важна для каждого предприятия?
9. Какие фазы предшествуют фазе «производство» в жизненном цикле инновации?
10. Напишите классификацию инноваций по принципу отношения к своему предшественнику.
11. Может ли инновация быть отвергнута обществом? Почему?
12. Какие факторы влияют на инновационный конфликт?
13. Какие черты характера присущи инноватору?
14. В чем принципиальное отличие американской модели инновационной деятельности от японской?

### Критерии оценки:

<b>Шкала оценок</b>	<b>Критерии оценки</b>
«Зачтено»	Студент глубоко и хорошо знает и понимает предмет, в том числе основную терминологию и теоретические понятия проблемы, темы, дисциплины; основные закономерности и

	фактические данные.
«Незачтено»	Студент слабо знает основную терминологию, теоретические закономерности, фактические данные отдельных проблем, тем социально-экономической географии.

### **Тестовые задания для промежуточной аттестации по дисциплине**

1. Инновация – результат (...) (продукт, технология, научное знание и т.п.), который является (...) для объекта (индивида, организации, рынка) и эффективно удовлетворяющий (...) или новую потребность. развития рынка
  2. инновационной политики
  3. существующей инфраструктуры
  4. инновационной деятельности
  5. приемлемым новым
  6. эффективным
  7. спрос
  8. имеющуюся
2. внедрение нового продукта определяется как (...) продуктовая инновация.
  1. основная
  2. пионерская
  3. техническая
  4. базисная
  5. основополагающая
3. Инновационный процесс – это последовательная цепь событий, в ходе которых инновация вызревает от (...) до конкретного продукта или услуги и распространяется при практическом использовании.
  1. НИОКР
  2. научного знания
  3. возникновения
  4. идеи
  5. комплекса научных и коммерческих мероприятий
4. Инновационная организация – организация, выполняющая (...) в качестве основной деятельности.
  1. технические разработки
  2. научные разработки
  3. исследовательские разработки
  4. НИОКР
  5. внедрение новшеств
5. Инновационная сфера представляет собой систему взаимодействия (...), (...), товаропроизводителей, конкурентоспособной продукции (услуг) и развитой (...).
  1. продавцов
  2. потребителей
  3. инфраструктуры
  4. конкурентов

5. продуцентов
  6. экономики
  7. инноваторов
  8. научно-технической политики
  9. инвесторов
6. Инновация выполняет следующие функции:
1. социальная
  2. экономическая
  3. воспроизводственная
  4. политическая
  5. инвестиционная
  6. информационная
  7. стимулирующую
  8. производственная
7. Кто ввел в научный оборот термин «инновация»
1. Н.Д. Кондратьев
  2. В.А.Базаров
  3. А.Смит
  4. Ф. Хаек
  5. Й. Шумпетер
  6. Л. Эрхард
  7. Д. Рикардо
8. Что понимал Й. Шумпетер по инновацией?
1. изобретения
  2. новые технологии
  3. новые продукты
  4. новые комбинации факторов производства
  5. новую технику
  6. новый спрос
9. Какая из научных теорий, разработанных Н.Д. Кондратьевым, нашла свое непосредственное применение в инновационном менеджменте?
1. теория длинных, средних и коротких циклов деловой активности
  2. теория циклов экономического роста
  3. теория длинных волн, или больших циклов конъюнктуры
  4. теория циклов общественного развития
  5. теория длинных циклов деловой активности
10. Какова продолжительность коротких промышленных циклов, в соответствии с теорией Н.Д. Кондратьева?
1. 1- 1,5 года
  2. 2 – 2,5 года
  3. 3 – 3,5 года
  4. 4 – 4,5 года
  5. 5 – 5,5 лет
11. Какова продолжительность средних промышленных циклов, в

соответствии с теорией Н.Д. Кондратьева?

1. 5 – 7 лет
2. 7 – 10 лет
3. 10 – 13 лет
4. 13 – 16 лет
5. 16 – 19 лет

12. Какова продолжительность длинных промышленных циклов, в соответствии с теорией Н.Д. Кондратьева?

1. 20 – 40 лет
2. 40 – 60 лет
3. 60 – 80 лет
4. 80 – 100 лет
5. 100 – 120 лет

13. Сколько фаз имеет жизненный цикл технологического уклада?

1. две
2. три
3. четыре
4. пять
5. шесть

14. Система классификационных признаков инноваций включает:

1. основной признак
2. целевой признак
3. внутренний признак
4. внешний признак
5. структурный признак
6. все вышеназванное вместе

15. Согласно целевому признаку инновации бывают:

1. экономические
2. социальные
3. экологические
4. кризисные
5. развития
6. интегральные
7. все вышеназванное вместе

16. По структурному классификационному признаку инновации бывают:

1. базисные
2. улучшающие
3. производственно-торговые
4. основные
5. социально-экономические
6. псевдоинновации
7. управленческие
8. все вышеназванное вместе

17. К факторам, содействующим успешному осуществлению нововведений относятся:



1. производственные
2. экологические
3. технические
4. технологические
5. экономические
6. организационно-управленческие
7. юридические
8. социальные и личностные
9. все вышеназванное вместе

18. К проблемам, препятствующим успешному осуществлению нововведений относятся:

1. экономические проблемы
2. организационно-управленческие проблемы
3. проблемы-предпосылки
4. проблемы-механизмы
5. юридические проблемы
6. проблемы последствия

19. Закончите определение: «Инновационный менеджмент – это система управления инновациями, инновационным процессом и отношениями, возникающими в процессе ... »

- 1.
2. управления предприятием
3. НИОКР
4. движения инноваций
5. организации инноваций
6. предпринимательской деятельности

20. Основополагающими моментами инновационного менеджмента являются:

1. инновационный потенциал организации
2. целенаправленный поиск идеи
3. организация инновационного процесса для данной организации
4. процесс продвижения и реализации инновации на рынке
5. НИОКР

21. Содержание понятия «инновационный менеджмент» можно рассматривать в следующих аспектах:

1. как науку и искусство управления инновациями
2. как специфическую деятельность по организации производства
3. как особую разновидность предпринимательской деятельности
4. как вид деятельности и процесс принятия управленческих решений в инновациях 2
5. как аппарат управления инновациями
6. как эффективную деятельность в области НИОКР

22. Закончите определение «Стратегия означает общее направление и способ использования средств для достижения ... »

1. высокой прибыли
2. социально-экономической эффективности

3. высокого уровня рентабельности
4. плановых показателей
5. поставленной цели
6. эффективности НИОКР

23. Какова последовательность задач системы внутрифирменного управления инновациями? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...»; 6 «...»; 7. «...».

1. подбор и расстановка кадров
2. построение организационной структуры и структуры управления инновациями
3. определение тематических направлений деятельности и формирование инновационных проектов и программ
4. календарное распределение работ и контроль за их исполнением
5. выработка стратегической инновационной концепции
6. создание творческой атмосферы и высокой мотивации труда
7. планирование производственных процессов и реализации инновационной продукции

24. Какова последовательность задач инновационного менеджмента с учетом ограничений внешней среды? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...».

1. учет экологической ситуации и планирование природоохранных мероприятий
2. оценка и использование прогрессивного опыта и передовых достижений конкурентов
3. формирование долго- и краткосрочных целей инновационной деятельности
4. организация и проведение маркетинговых исследований
5. организация кооперации в инновационных программах

25. К основным функциям инновационного менеджмента относятся:

1. решения
2. коммуникации
3. формирование целей
4. контроль
5. контролинг
6. планирование
7. мотивация
8. организация

26. К обеспечивающим функциям инновационного менеджмента относятся:

1. планирование
2. мотивация
3. организация
4. решения
5. коммуникации
6. делегирование
7. контроль

27. Цель в инновационном менеджменте – это требуемое или

желаемое состояние инновационной системы в планируемом периоде, выраженное «...».

1. количественными показателями
2. качественными показателями
3. совокупностью характеристик
4. интегральным показателем
5. количественными и качественными показателями

28. Планирование как функция инновационного менеджмента заключается в обоснованном формировании основных пропорций инновационной деятельности в соответствии с установленными целями развития, возможностями «...» обеспечения имеющимся «...» на рынках.

1. кадрового
2. информационного
3. ресурсного
4. финансового
5. конкурентным преимуществом
6. спросом
7. производственного
8. потенциалом

29. Сущность функции организации состоит в обеспечении выполнения плановых заданий с целью реализации принятой (...) развития инновационного предприятия.

1. программы
2. политики
3. философии
4. стратегии
5. задачей

30. Контроль обеспечивает выполнение установленных плановых заданий, направленных на достижение принятых «...» развития в заданных организационных условиях

1. программ
2. стратегий
3. целей
4. задач
5. технико-экономических показателей

31. С какими тремя понятиями связано делегирование как функция инновационного менеджмента

1. стратегия
2. мотивация
3. задачи
4. координация
5. компетентность
6. ответственность

32. Трехступенчатый процесс делегирования включает: 1. «...»; 2. «...»; 3 «...». Расставьте их по порядку

1. Постановка стратегий делегирования

2. Постановка задач делегирования
3. Проведение экспертизы
4. Формирование альтернатив делегирования
5. Принятие решений

33. Мотивация как функция менеджмента означает процесс «...» всех участников инновационной деятельности, направленный на достижение установленных «...» развития инноваций.

1. принуждения
2. объединения
3. стимулирования
4. параметров
5. технико-экономических показателей
6. целей
7. стратегий

34. Стиль руководства – виды и способы выполнения менеджером «...» функций, которые находят выражение в отношениях с подчиненными.

1. организационных
2. правовых
3. управленческих
4. административных
5. производственных

35. Какова последовательность задач коммуникаций в инновационного менеджменте? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...»; 6. «...».

1. Организация информационного обеспечения системы управления на ИП
2. Разработка и внедрение прогрессивных информационных технологий в управлении инновациями на ИП
3. Разработка и реализация единой технической политики в области информационных технологий в управлении на ИП
4. Определение и планирование потребности в информации для каждого звена управления на ИП
5. Координация и контроль управленческих решений, обеспечение исполнительской дисциплины на ИП
6. Формирование рациональных способов и процедур подготовки и реализации управленческих решений

36. Каковы правила эффективного инновационного менеджмента? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...»; 6. «...».

1. Обеспечение высокой эффективности и экономичности инновационных процессов
2. Использование неординарных организационных решений
3. Интеграция всех инновационных задач как фундаментальной основы повышения конкурентоспособности ИП в единую инновационную концепцию
4. Создание и стимулирование плодотворного инновационного климата на ИП
5. Разработка и применение методов управления инновационными

- проектами
6. Подготовка производства и продвижение на рынки инновационной продукции
37. Какие отрасли страны имеют мировую конкурентоспособность
1. промышленность строительных материалов
  2. машиностроение
  3. топливно-энергетический комплекс
  4. химическая промышленность
  5. алюминиевая промышленность
38. Какие отрасли потенциально конкурентоспособны на мировом рынке
1. машиностроение
  2. легкая промышленность
  3. пищевая промышленность
  4. оборонная промышленность
  5. промышленность строительных материалов
39. Какие отрасли неконкурентоспособны на мировом рынке
1. агропромышленный комплекс
  2. химическая промышленность
  3. легкая промышленность
  4. пищевая промышленность
  5. машиностроение
  6. промышленность строительных материалов
40. Основными направлениями государственной инновационной политики являются
1. Разработка и усовершенствование нормативно-правового обеспечения инновационной деятельности, механизма ее стимулирования, системы институциональных преобразований, защиты интеллектуальной собственности и в инновационной сфере и введение ее в хозяйственный оборот.
  2. Создание системы комплексной поддержки инновационной деятельности, развития производства, повышение конкурентоспособности и экспорта наукоемкой продукции.
  3. Развитие инфраструктуры инновационного процесса, включая систему информационного обеспечения, систему экспертизы, финансово-экономическую систему, производственно-технологическую поддержку, систему сертификации, систему подготовки и переподготовки кадров.
  4. Формирование институциональных и нормативно-законодательных условий для положительных изменений в инновационной сфере.
  5. Участие инновационно-активных организаций в международных конкурсах
41. Верно / неверно данное выражение:
1. Целью инновационной политики государства является оптимизация налогообложения.
  2. Технология двойного назначения — технология, применяемая как для производства продукции гражданского назначения, так и военной продукции.

3. Одним из основных методов реализации инновационной продукции государства является совершенствование налоговой системы.
4. Инновационный проект — это проект вложения инвестиций в ценовую и финансовую политику.
5. При определении инновационной политики хозяйствующего субъекта необходимо учитывать льготы, получаемые хозяйствующим субъектом от государства.
6. Сценарий инновации — это упорядоченная во времени последовательность эпизодов по выбору инновационной политики, логически связанных между собой.
7. Сценарий является предсказанием, или прогнозом.
8. Конфликтная ситуация всегда предполагает наличие антагонистических противоречий.
9. Деловая игра — это имитация группой лиц хозяйственной деятельности на модели экономической системы.
10. Метод Дельфи дает прогноз с большей степенью надежности, чем результаты анализа, проведенного одним специалистом.

42. Инновационная политика хозяйствующего субъекта представляет собой совокупность направлений и методов воздействия (...) на производство новых видов продукта и технологий.

1. экономических методов
2. административных методов
3. хозяйствующего механизма
4. коммерческого расчета
5. правовых методов

43. Политика изобретения включает

1. Анализ субъектов инновационного рынка
2. Анализ объектов инновационного рынка
3. Выбор направления политики

4. Анализ инвестиций

5. Стратегическое планирование
6. Прогнозирование
7. Оперативное планирование

44. К субъектам инновационного рынка относятся

1. Предприятия
2. Венчурные фирмы
3. Инновационные лаборатории

4. Продуценты

5. Продавцы

6. Покупатели

45. К объектам инновационного рынка относятся

1. Информационный рынок
2. Финансовый рынок
3. Рынок чистых инвестиций

4. Рынок товаров
5. Рынок производственно-технического продукта

46. Какова последовательность основных правил инновационного риска? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...»; 6 «...».

1. Надо думать о последствиях риска.
2. Нельзя рисковать многим ради малого
3. Нельзя рисковать больше, чем это позволяет собственный капитал.
4. Положительное решение принимается лишь при отсутствии сомнения.
5. Нельзя думать, что всегда существует только одно решение. Возможно есть и другие.
6. При наличии сомнений принимается отрицательное решение.

47. Дайте определения соответствующие терминам

*Термины*

1. Прием.
2. Маркетинг.
3. Концепция маркетинга.
4. Инжиниринг инноваций.
5. Реинжиниринг инноваций.
6. Бизнес-процесс-реинжиниринг.
7. Бенчмаркинг.
8. Бренд.
9. Позиционирование.
10. Фронтинг.
11. Мэрджер.
12. Ценовая политика.
13. Синергизм.
14. Гудвилл.
15. Цена фирмы.

*Определения*

1. Система взглядов или основной замысел в направлении анализа, планирования управления производством, спросом и сбытом.
2. Инженерно-консультационные услуги по перестройке предпринимательской деятельности на основе производства и реализации инноваций.
3. Оптимизация и управление хозяйственным процессом.
4. Способ воздействия.
5. Процесс планирования и воплощения замысла, ценообразования, продвижения и реализации товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего потребности отдельных лиц и организаций.
6. Комплекс работ и услуг по созданию инновационного проекта.
7. Операции по захвату рынка другого хозяйствующего субъекта или зарубежного рынка.
8. Поглощение фирмы более сильной компанией.
9. Способ изучения деятельности конкурентов с целью использования их положительного опыта у себя.
10. Совокупность вещественных и неосознаваемых характеристик товара (услуги), которые, соединенные воедино, формируют сознание потребителя.

11. Указание на занимаемое брендом в умах потребителей место.
  12. Условная стоимость имиджа фирмы и ее деловых связей.
  13. Показатель доходности, перспектив развития и положения фирмы на рынке.
  14. Явление в деловой практике, когда эффект общего результата превосходит сумму отдельных эффектов, входящих в этот результат.
  15. Система основных принципов и правил, используемых для установления цен.
- 
48. Маркетинг представляет собой систему (...)
    1. хозяйствования, ориентированную на потребителя, на изучение запросов и интересов;
    2. действий по купле-продаже товара со стороны как продавца, так и покупателя;
    3. сбора информации
    4. ценообразования на рынке;
    5. все вышеназванное вместе
- 
49. Одной из концепций маркетинга является (...)
    1. сегментация рынка;
    2. позиционирование рынка;
    3. информирование рынка;
    4. экономическое обоснование инновации
    5. эффективность инноваций
- 
50. Какова последовательность процесса маркетинга инноваций? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...»; 6.
    1. Изучение потребностей покупателей
    2. Исследование возможностей реализации инноваций
    3. Разработка комплекса маркетинга
    4. Планирование маркетинга
    5. Покупатели инноваций  
    6. Продуценты инноваций
- 
51. Инжиниринг инноваций, комплекс работ и услуг, включает в себя (...)
    1. работы по ликвидации банкротства инновационного проекта;
    2. технико-экономическое обоснование инновационного проекта;
    3. работы по повышению эффективности использования купленной инновации;
    4. услуги, оказываемые посредниками по реализации инновационного проекта.
    5. услуги продавцов инноваций
- 
52. Реинжиниринг затрагивает инновационный процесс, направленный на (...)
    1. производство новых продуктов и услуг;
    2. реализацию новых продуктов и услуг;
    3. продвижение инноваций;
    4. диффузию инноваций;
    5. продажу инноваций



53. Реинжиниринг бывает:
1. ценовой;
  2. фротируванный;
  3. развития.
  4. первичный
  5. вторичный
54. Бизнес-процесс инноваций — это (...)
1. процесс развития инновационного бизнеса;
  2. упорядоченная совокупность работ во времени и пространстве с указанием их начала и конца;
  3. процесс ориентации на качественный скачок в развитии инновации.
  4. процесс развития продуцентов инноваций
  5. процесс ориентации на качественный и количественный скачок в развитии ин-новации.
55. Ценовой прием управления в инновационном менеджменте включает в себя (...)
1. ценообразующие факторы, действующие на стадии производства инновации;
  2. ценовую политику, применяемую при реализации, продвижении и диффузии инновации;
  3. ценообразующие факторы, действующие на стадии НИОКР;
  4. ценообразующие факторы, действующие на стадии диффузии инновации;
  5. уровень платежеспособности покупателей.
56. Информация бывает: (...)
1. сложной
  2. первичной и вторичной;
  3. эффективной и неэффективной
  4. простой
  5. сложной и простой
57. Верно/неверно данное выражение:
1. Маркетинг инноваций — это целевой маркетинг.
  2. Сегментация рынка — это правила совершения сделок на рынке.
  3. Инжиниринг инноваций как комплекс работ и услуг состоит из 7 видов работ и услуг. Д
  4. Бенчмаркинг бывает только функциональным.
  5. Одним из этапов методологии функционального бенчмаркинга является выбор времени выхода на рынок.
  6. Бренд — это целостный маркетинговый комплекс по созданию дополнительных конкурентных преимуществ у предпринимателей на рынке.
  7. Фронтинирование рынка — это решение целого комплекса аналитических и операционных задач.
  8. Синергизм означает получение дополнительного эффекта от добавочного капитала.

58. Какова последовательность основных элементов инновационного процесса? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...»; 6. «...»; 7 «...».

1. маркетинг инновации;
2. инициация;
3. оценка эффективности инновации;
4. выпуск (производство) инновации;
5. реализация инновации;
6. диффузия инновации.
7. продвижение инновации;

59. Какова последовательность основных этапов технико- экономического обоснования идеи? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...»; 6. «...»; 7 «...».

1. обоснование необходимости разработки данного инновационного проекта для крупных технологий;
2. обоснование выбранной идеи из всех имеющихся идей по одному или по системекритериев выбора;
3. определение возможности превращения идеи в материальную форму (новый продукт), пригодную для продажи на рынке;
4. обоснование времени выхода инновации на рынок;
5. расчет затрат на производство и реализацию инновации;
6. изучение и выбор рынка по конкретному месту выхода инновации на этот рынок;
7. расчет эффективности производства и реализации инновации.

60. Дайте определения соответствующие терминам:

*Термины:*

1. Инновационный процесс.
2. Инициация.
3. Продвижение инноваций.
4. Диффузия.
5. Идея.
6. Гипотеза.
7. Интуиция.
8. Мозговой штурм.

9. Синектика.

*Определения*

1. Распространение однажды освоенной инновации в новых регионах и на новых рынках.
2. Общее понятие об использовании определенных новшеств для претворения в жизнь определенного замысла.
3. Научное предположение, выдвигаемое для объяснения какого-либо явления и требующее его проверки и обоснования.
4. Инновационная деятельность какого-либо субъекта экономики, направленная на разработку и реализацию законченных научных исследований и разработок в виде нового продукта и новых технологий.
5. Коллективный штурм возникшей проблемы с целью выбора наиболее удачной предложенной идеи.
6. Метод поиска путем атаки возникшей проблемы специализированными группами профессионалов с использованием

ими различных аналогий и ассоциаций.

7. Деятельность, состоящая в выборе цели инновации, постановке задачи, поиске идеи инновации, технико-экономическом обосновании и в материализации идеи.
8. Комплекс мер, направленных на реализацию инновации.
9. Способность непосредственно, как бы внезапно, без логического обдумывания находить правильное решение проблемы.

61. Стратегическое управление инновациями является составной частью инновационного менеджмента и решает вопросы «...» и «...» инновационных проектов, рассчитанных на значительный качественный скачок в предпринимательстве, производстве или социальной среде предприятия

1. организации
2. регулирования
3. планирования
4. диффузии
5. реализации
6. прогнозирования

62. В рамках функционального менеджмента разрабатываются и реализуются частные стратегические задачи, связанные с инновациями в области «...»

1. маркетинга
2. сбыта
3. производства
4. кадров
5. финансов
6. информации

63. Стратегия в общем виде – это поиск наиболее результативных вариантов ввода в действие «..» в соответствии с главными «..» предприятий с учетом ситуации на рынке как в настоящий момент, так и ожидаемой в будущем.

1. научных разработок
2. технических разработок
3. ресурсов
4. задачами
5. программами
6. целями

64. По значению различают следующие виды целей «...»

1. частная
2. высшая
3. главная
4. низшая
5. общая
6. второстепенная
7. промежуточная

65. К количественным целям инновационной организации относятся «...»
1. рентабельность
  2. стандарты качества продукции
  3. ликвидность
  4. доля рынка
  5. миссия предприятия
66. К качественным целям инновационной организации относятся «...»
1. структура капитала
  2. инновационное поведение
  3. рост доли рынка
  4. уровень управления предприятием
  5. политическое и общественное влияние
67. Какова последовательность основных фаз стратегического управления инновациями? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...»; 6. «...».
1. Цели
  2. Стратегии
  3. Философия предприятия
  4. Предпринимательская политика
  5. Оперативные задачи
  6. Стратегический облик предприятия
68. Философия формирует позиции предприятия в отношении его управления (...)
1. способность управления;
  2. ориентация на информационные принципы;
  3. провозглашенные мотивационные принципы;
  4. принятые организационные структуры;
  5. порядок разрешения конфликтов;
  6. принципы контроля.
69. Верно/неверно данное выражение:
1. В стратегическом планировании большую роль играют субъективные установки менеджера;
  2. Стратегическое планирование базируется на внутрифирменном анализе, а также осознанных событиях;
  3. Стратегическое планирование направлено на осуществление исполнительных задач нижестоящими организационными звеньями;
  4. В стратегическом планировании большой диапазон альтернатив развития;
  5. В стратегическом планировании уделяется значительное внимание информации об условиях окружающей среды.
70. Какова последовательность разработки стратегии предприятия? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...»; 6. «...».
1. Стратегический анализ
  2. Формулирование стратегии
  3. Оценка программ
  4. Стратегический диагноз

5. Реализация стратегии
  6. Стратегический контроль
71. Требования к разработке стратегий «...»
1. Наличие вариантов стратегии.
  2. Стратегии не должны быть слишком сложными, должны состоять из серии простых задач, которые формулируют способ достижения цели.
  3. Стратегии должны быть представлены в функциональной форме (ориентация на проблему)
  4. Стратегии должны быть представлены физической форме (ориентация на продукт).
  5. Стратегии должны быть четко сформулированы.
72. Стратегии «лидера» включают «...»
1. Расширение первичного спроса
  2. Оборонительная стратегия
  3. Наступательная стратегия
4. Фронтальная атака
  5. Фланговая атака
  6. Стратегия демаркетинга
73. Основными этапами инновационного менеджмента являются...
1. инновационный процесс;
  2. определение цели управления инновацией;
  3. выбор стратегии менеджмента инновации;
  4. определение приемов управления инновацией;
  5. разработка программы управления инновацией;
  6. организация работ по выполнению программы;
7. контроль за выполнением намеченной программы;
  8. анализ и оценка эффективности приемов управления инновацией;
  9. корректировка приемов менеджмента инновации.
74. Элементами процесса управления инновациями являются ...
1. средства труда
  2. труд
  3. орудия труда
  4. предметы труда
  5. технология инновационного менеджмента
75. Все применяемые варианты организации инновационных процессов можно группировать в четыре основных группы, исходя из: ...
1. различий в последовательности их выполнения;
  2. структуры ресурсов;
  3. длительности инновационного цикла;
  4. характера развертывания работ во времени;
  5. организационных связей.

76. В практике развития науки и техники и их соединения с производством и реализацией инноваций используются разнообразные организационные формы инновационных предприятий, отличающиеся: ...

1. спецификой создаваемых инноваций;
2. широтой охвата инновационного процесса;
3. уровнем управления;
4. спецификой внешнего окружения;
5. территориальным размещением подразделений;
6. формой иерархических связей подразделений ИП;
7. формой собственности, преобладающей на ИП.

77. По характеру разрабатываемой тематики все инновационные предприятия подразделяются на: ...

1. комплексные широкого профиля;
2. разрабатывающие машины, оборудование и приборы;
3. разрабатывающие материалы и элементную базу;
4. разрабатывающие рискованные инновационные проекты;
5. разрабатывающие и совершенствующие техпроцессы, оснастку и инструменты;
6. работающие в сфере экономики, организации и управления, информационного обеспечения, стандартов, методик и инструкций.

78. Основными достоинствами структуры функционального типа структуры инновационного предприятия являются: ...

1. высокая интенсивность использования людских и материальных ресурсов, обусловленная высокой степенью, специализации сотрудников и оборудования более равномерной загрузкой;
2. возможность концентрации знаний и опыта в относительно узкой области науки и техники;
3. удобство обслуживания научно-технической, патентной и прочей информацией;
4. возможность широкого использования унифицированных и стандартизированных решений и конструкций;
5. большое количество специализированных подразделений, каждое из которых имеет свои собственные, локальные цели;
6. одинаковый уровень качества однотипных по характеру работ в составе различных проектов;
7. лучшая адаптация молодых специалистов;
8. возможность выработки квалификационных стандартов, простых и эффективных методик контроля качества труда.

79. Какова последовательность организации работ по совершенствованию организационной структуры инновационного предприятия? Расставьте их по порядку 1.

«...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...»; 6. «...»; 7 «...».

1. Анализ структуры целей организации.
2. Укрупненный анализ факторов, стимулирующих реорганизацию структуры.
3. Определение требований к рациональной структуре.
4. Анализ и оценка вариантов организационной структуры.

5. Разработка вариантов организационной структуры.
6. Анализ деятельности основных подразделений и функциональных служб.
7. Подготовка организационной структуры к внедрению.

80. Планирование инноваций — это система расчетов, направленная на выбор и обоснование (...) инновационного развития предприятия и подготовку (...), необходимых для их безусловного достижения.

1. стратегии
2. задач
3. целей
4. программ
5. решений
6. проектов

81. Подсистема планирования выполняет следующие (...) частных функций:

1. пять
2. шесть
3. семь
4. восемь
5. девять

82. В процессе планирования инноваций используются следующие основные формы координации: ...

1. распорядительная;
2. инициативная;
3. программная;
4. проектная;
5. бюджетная.

83. В процессе планирования инноваций осуществляются: ...

1. формулирование миссии организации;
2. обоснованный выбор основных направлений инновационной деятельности для предприятия в целом и для каждой структурной единицы;
3. формирование программ исследований, разработок и производства инновационной продукции;
4. распределение программ и отдельных заданий по отдельным отрезкам времени и закрепление за исполнителями;
5. установление календарных сроков проведения работ по проектам;
6. расчет потребности в ресурсах и распределение их по исполнителям на основе бюджетных расчетов.

84. Принципами планирования инноваций являются: ...

1. Принцип единства и гармонии в научно-техническом, производственном, экономическом и социальном развитии;
2. Принцип финансовой сбалансированности;
3. Принцип научной обоснованности и оптимальности решений;
4. Принцип доминирования стратегических аспектов, комплексности, непрерывности, гибкости и эластичности;
5. Принцип бюджетной сбалансированности.

85. Основными факторами, определяющими состав и содержание комплекса планов, выступают:
1. организационная структура и профиль инновационной деятельности предприятия;
  2. состав осуществляемых инновационных процессов;
  3. характер технико-экономического планирования;
  4. уровень кооперации при их проведении;
  5. масштабы сбыта;
  6. масштабы и постоянство инновационной деятельности.
86. Объемно-календарное планирование инноваций заключается в:...
1. планировании объемов работ, загрузки подразделений и исполнителей;
  2. построении календарных графиков проведения работ по отдельным проектам и всей совокупности планируемых работ, графиков загрузки оборудования и исполнителей;
  3. формировании перспективных направлений и тематики научных исследований и разработок;
  4. подготовке программ и мероприятий по обновлению продукции, совершенствованию технологии и организации производства на предприятиях;
  5. распределении работ по отдельным календарным периодам.
87. Процесс планирования независимо от вида планов распадается на формальные фазы:
1. постановка стратегии планирования;
  2. постановка цели планирования;
  3. постановка задачи планирования,
  4. разработка плана;
  5. реализация планового решения.
88. Какова последовательность оценки альтернатив при разработке плана? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...»; 6. «...».
1. Определение критериев оценки (включая оценку рисков и шансов).
  2. Уточнение объекта оценки.
  3. Установление метода оценки или сравнения альтернатив.
  4. Установление значимости критериев оценки, т.е. ранжирование критериев и прогноз значимости на перспективу.
  5. Определение шкал оценки по каждому критерию.
  6. Собственно оценку и выбор наиболее рационального планового решения.
89. Целевая программа включает следующие типовые структурные элементы:
- ...
1. цели и задачи (подцели);
  2. стратегии функциональных подразделений
  3. функционально-исполнительскую структуру (комплекс исследований и разработок, работы по подготовке и переподготовке персонала, импорту и экспорту лицензий, внедрению, освоению и продаже инноваций с указанием исполнителей);
  4. технико-экономическое и ресурсное обоснование (показатели затрат,



- сроков и эффекта);
5. организационно-экономическую структуру (права и ответственность заказчика, исполнителей, порядок финансирования, сдачи и приемки работ, санкции, премии и т.д.).
90. К основным элементам инновационного проекта относятся:...
1. сформулированные политика и стратегия реализации проекта;
  2. однозначно сформулированные цели и задачи, отражающие основное назначение проекта;
  3. комплекс проектных мероприятий по решению инновационной проблемы и реализации поставленных целей;
  4. организация выполнения проектных мероприятий;
  5. основные показатели проекта, в том числе показатели, характеризующие его эффективность.
91. Основными участниками инновационного проекта являются:..
1. заказчик;
  2. инвестор;
  3. проектировщик;
  4. координатор;
  5. поставщик;
  6. генеральный менеджер;
  7. научно-технические советы;
  8. проект-менеджер;
  9. команда проекта.
92. В состав разработчиков проекта входят: ...
1. исполнитель;
  2. координатор;
  3. руководитель проекта;
  4. проектировщик;
  5. команда проекта.
93. Виды инновационных проектов по типу инноваций включают:...
1. Новый продукт;
  2. Новый метод производства;
  3. Новый рынок;
  4. Новые потребности;
  5. Существующие потребности;
  6. Новый источник сырья;
  7. Новая структура управления.
94. Содержание инновационных проектов по процессу формирования и реализации включает:...
1. НИОКР;
  2. Формирование инновационной идеи;
  3. Освоение производства;
  4. Разработка проекта;
  5. Маркетинг инновации;
  6. Реализация проекта;

## 7. Завершение проекта.

95. Управление инновационными проектами базируется на (...) принципах.

1. семи;
2. восьми;
3. девяти;
4. десяти;
5. одиннадцати;
6. двенадцати.

96. Какова последовательность основных этапов разработки концепции инновационного проекта? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...».

1. Формирование инновационной идеи и постановка цели проекта;
2. Маркетинговые исследования идеи проекта;
3. Анализ риска и неопределенности;
4. Выбор варианта реализации инновационного проекта;
5. Структуризация инновационного проекта.

97. План инновационного проекта (по содержанию) может быть:

1. Оперативный;
2. Проекта в целом;
3. Продуктово-тематический;
4. Отдельных видов работ;
5. Объемно-календарный;
6. Технико-экономический;
7. Бизнес-план.

98. Какова последовательность основных разделов инновационного проекта? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...»; 6. «...»; 7. «...»; 8. «...».

1. содержание проблемы и обоснование необходимости ее решения в рамках проекта;
2. основные цели и задачи, сроки и этапы реализации проекта;
3. состав НТС (головного и по разделам или этапам проекта);
4. ресурсное обеспечение проекта за счет средств федерального бюджета и внебюджетных источников, бюджетов субъектов РФ и т. д.;
5. механизм реализации проекта;
6. система мероприятий программы проекта;
7. оценка эффективности, социально-экономических и экологических последствий от реализации проекта;
8. организация управления проектом и контроль за ходом его реализации.

99. Какова последовательность основных процедур при оформлении инновационного проекта? Расставьте их по порядку 1. «...»; 2. «...»; 3. «...»; 4. «...»; 5. «...»; 6. «...».

1. подготовка проектной документации;
2. проектирование организационных мероприятий по реализации проекта;
3. распределение заданий проекта по соответствующим планам;
4. утверждение проекта;
5. подготовка заказов-нарядов на проведение работ;

6. составление координационных планов решения проблемы на ближайший период.

100. Под инновационным предпринимательством понимается особый вид (...) деятельности, имеющей целью получение (...) путем создания и активного распространения инноваций во всех сферах народного хозяйства.

1. научно-технической;
2. экономической
3. коммерческой;
4. эффекта;
5. прибыли;
6. социально-экономического результата.

101. Сильными сторонами малого инновационного предприятия являются:

1. Короткая длительность инновационного цикла
2. Прямые и персональные контакты с партнерами
3. Быстрое принятие управленческих решений
4. Высокая мотивация труда
5. Персонифицированная ответственность за финансовые результаты деятельности
6. Низкий уровень накладных расходов
7. Гибкая реакция на научно-технические достижения
8. Динамическая ориентация на спрос потребителя, свободные рыночные ниши
9. Незначительные возможности внешнего финансирования, в том числе кредитования
10. Отсутствие бюрократических структур в организации
11. Минимальная иерархия в менеджменте

102. Уровень риска малого инновационного бизнеса резко возрастает при:

1. использовании стратегии, ориентированной на масштабные производства;
2. наличии жесткой конкуренции на уже освоенных рынках, требующей значительных затрат на рекламу и продвижение инноваций;
3. необходимости значительных начальных инвестиций в производство;
4. ориентации на простые технические системы;
5. наличии сложных и длительных процедур испытания, апробации, лицензирования или сертификации инновационного продукта;
6. широкой специализации в определенной сфере;
7. необходимости проведения масштабных и дорогостоящих НИОКР;
8. сложности и высокой неопределенности сметных расчетов и экономических обоснований.

103. Область применения дивизиональной структуры МИП:

1. Малые многопрофильные предприятия
2. Средние узкоспециализированные предприятия
3. Малые предприятия, расположенные в различных регионах
4. Средние узкоспециализированные предприятия
5. Средние предприятия, осуществляющие сложные инновационные проекты

6. Малые однопродуктовые предприятия

104. Область применения функциональной структуры МИП:

1. Малые многопрофильные предприятия со значительным объемом НИОКР
2. Союзы и объединения малых предприятий с централизованной инфраструктурой
3. Научно-исследовательские и проектно-конструкторские организации
4. Малые однопродуктовые предприятия
5. Малые предприятия, реализующие сложные и длительные инновационные проекты
6. Средние узкоспециализированные предприятия
7. Крупные специализированные предприятия.

105. Область применения матричной структуры МИП:

1. Малые многопрофильные предприятия со значительным объемом НИОКР
2. Союзы и объединения малых предприятий с централизованной инфраструктурой
3. Освоение новых инновационных продуктов
4. Учреждение дочерней фирмы или филиала
5. При создании нового предприятия

106. Область применения проектной структуры МИП:

1. При создании нового предприятия
2. Освоение новых инновационных продуктов
3. Учреждение дочерней фирмы или филиала
4. Союзы и объединения малых предприятий с централизованной инфраструктурой
5. Проведение масштабных НИОКР

107. Какой тип инновационного поведения описывается следующим образом: «массовое производство нового продукта с опережением конкурентов за счет серийного производства и эффекта масштаба»?

1. виолентный;
2. пациентный;
3. эксплерентный;
4. коммутантный;
5. все вышеизложенные.

**Критерии оценивания тестов:**

<b>% правильных ответов</b>	<b>Оценка по традиционной системе</b>
90-100	Отлично
75-89	Хорошо
60-74	Удовлетворительно
0-59	Неудовлетворительно

**20.2. Промежуточная аттестация**

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

## Перечень вопросов к зачету:

1. Роль и место информационных технологий в сфере туризма.
  2. Исторический аспект, возникновение и развитие технологии мультимедиа, её роль и место в мире современных информационных технологий.
  3. Особенности применения мультимедиа в туризме.
  4. Инновационные направления использования Интернета в туризме.
  5. Специфика разработки и внедрения виртуальных технологий в туристско-экскурсионную деятельность.
  6. Инновационный менеджмент и маркетинг: особенности терминологии, функции и методики. Приёмы инновационного менеджмента (специфика практической реализации).
  7. Особенности продвижения турпродукта на современном туристском рынке.
  8. Основные направления инновационной рекламной деятельности в туризме.
- С
9. Специфика туристского брендинга.
  10. Специфика проектной деятельности в туризме.
  11. Рынок инноваций (российский и зарубежный опыт).
  12. Перспективные инновационные проекты в туризме (анализ и особенности внедрения).
  13. «Конфликт поколений»: особенности работы с людьми поколений XYZ в туристской отрасли.
  14. 10 типов инноваций Ларри Кили и их применимость в туристской отрасли.
  15. Анализ спроса на инновационную продукцию туристских предприятий: механизмы и технологии.
  16. Впечатление как инновационный продукт сферы гостеприимства.
  17. Жизненный цикл инноваций на примере туристского продукта.
  18. Инновации в технологиях работы с отдельными категориями туристов.
  19. Инновационная инфраструктура – основа функционирования современного туристского предприятия.
  20. Инновационная инфраструктура индустрии туризма и гостеприимства.
  21. Инновационная стратегия туристских предприятий. Классификация инновационных стратегий.
  22. Инновационные основы современной экономики впечатлений. Туристские услуги как составляющие экономики впечатлений.
  23. Инновационные принципы принятия управленческих решений по развитию сферы туризма региона, муниципалитета.
  24. Инновационные технологии продаж и обмена инноваций в сфере туризма.
  25. Инновационные технологии туристской сферы в соотношении с традиционными: сравнение, перспективы, угрозы.
  26. Инновационный человек: формирование компетенций инновационной деятельности в туристской сфере. Запросы «инновационного туриста».
  27. Классификация инноваций в туризме: формы, виды, типы.
  28. Креативность как базис инновации в условиях цифровизации экономики.
  29. Креативность как основа инновации: виды, технологии, свойства креативности. Креативность в туристском бизнесе.
  30. Методика декомпозиции инновации туристского проекта.
  31. Новые технологии в управлении региональной туристской отраслью: возможности и угрозы.
  32. Новые формы и виды сервиса в туристской сфере.
  33. Понятие «Инновационный турист» и его роль в инновационном

- проектировании туристских услуг.
34. Понятие риск-менеджмента инновационного проекта. Виды и классификация рисков в инновационных проектах формирования региональных туристских услуг.
  35. Понятие, роль и функции инноваций в эволюции общества.
  36. Понятие, сущность и классификация инновационных проектов. Этапы разработки и участники инновационных проектов в туристской сфере.
  37. Практики корпоративных инновационных проектов ведущих мировых туристских компаний.
  38. Представление об инновациях в туристской деятельности.
  39. Проектирование инноваций в туризме: инновации в маркетинге и управлении туристской деятельностью в регионе (муниципалитете).
  40. Проектирование инноваций в туризме: инновации технологий разработки региональных туристских продуктов.
  41. Проектирование инноваций в туризме: инновации туристского продукта.
  42. Проектирование инноваций в туризме: технические и технологические инновации в туризм.
  43. Проектирование инноваций в туризме: технические инновации в региональном туристском продукте.
  44. Ресурсная база инновационного проектирования туристского продукта.
  45. Стадии создания и внедрения инноваций в туристском предприятии.
  46. Структурный анализ инновации: методика и практика декомпозиции, креативные техники и атрибуты генерации инноваций.
  47. Субъекты инновационного предпринимательства в туристской отрасли. Роль предпринимателя в инновационных процессах.
  48. Теория диффузии инноваций. Примеры диффузии инноваций в туристской отрасли.
  49. Туристские информационные ресурсы инновационной проблематики в сети Интернет.
  50. Электронные системы онлайн-заказа туристских услуг.
  51. Электронные системы проектирования туристского продукта.
  52. Явление «смартфонизации» в сфере туристских услуг.

#### **Контрольно-измерительный материал №1**

1. Стадии создания и внедрения инноваций в туристском предприятии.
2. Структурный анализ инновации: методика и практика декомпозиции, креативные техники и атрибуты генерации инноваций

#### **Контрольно-измерительный материал №2**

1. Проектирование инноваций в туризме: инновации туристского продукта.
2. Практики корпоративных инновационных проектов ведущих мировых туристских компаний.

#### **Критерии оценивания ответов на вопросы КИМ:**

- Уровень качества ответа магистранта на зачете определяется с использованием следующей системы оценок:
- Оценка **«зачтено»** предполагает:
  1. Хорошее знание основных терминов и понятий курса;
  2. Хорошее знание и владение методами и средствами решения задач;
  3. Последовательное изложение материала курса;

4. Умение формулировать некоторые обобщения по теме вопросов;
5. Достаточно полные ответы на вопросы;
6. Умение использовать фундаментальные понятия из базовых естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин при ответе.  
- Оценка **«не зачтено»** предполагает:
  1. Неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса;
  2. Неумение решать задачи;
  3. Отсутствие логики и последовательности в изложении материала курса;
  4. Неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме вопросов;
  5. Неумение использовать фундаментальные понятия из базовых естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин при ответе на зачете.