

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ПРИДНЕСТРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Т.Г. ШЕВЧЕНКО»



ЕСТЕСТВЕННО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГЕОГРАФИИ И РЕГИОНОВЕДЕНИЯ

«Утверждаю»
Заведующий кафедрой
Социально-экономической географии и регионоведения

доц.

Бурла М.П.

Протокол № 1 от 23.09.2022 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА»

Направление подготовки:
43.04.02 - «Туризм»

Профиль подготовки
«Технология и организация туристских и рекреационных услуг»

Квалификация (степень) выпускника

Магистр

Форма обучения

Очная

Год набора 2022 г.

Разработал:

к.г.н., доцент

Бурла М.П.

г. Тирасполь, 2022

Паспорт фонда оценочных средств по учебной дисциплине «Инновационные технологии в сфере туризма»

1. Основные сведения о дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов		
	семестр	семестр	всего
Общая трудоёмкость	108		108
Контактная работа:	-		-
Лекции (Л)	10		10
Практические занятия (ПЗ)	26		26
Консультации			
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)			
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - выполнение расчетно-графического задания (РТЗ); - написание реферата (Р); - написание эссе (Э); - самостоятельное изучение разделов (перечислить); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к коллоквиумам; - подготовка к рубежному контролю и т.п.)	36		36
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	Экзамен		Экзамен

1. В результате изучения дисциплины «Инновационные технологии в сфере туризма» студент по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» по профилю подготовки «Технология и организация туристских и рекреационных услуг»:

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- сущность и функции инноваций в целом и в туризме, в частности
- виды социально-культурных проектов в туризме и способы управления ими
- инновационные процессы в средствах размещения, транспорте, анимационной деятельности
- функции и сущность международных онлайн-систем бронирования туристских услуг
- влияние процессов глобализации на сферу социально-культурного сервиса и туризма, а также необходимость введения инноваций в практику деятельности предприятий туризма

уметь :

- определять инновационные возможности различных видов туризма, средств размещения, транспорта, анимационной деятельности своего региона;
- составлять инновационные учебные проекты и планировать этапы их внедрения, содержание, предвидеть возможные риски;

- анализировать, обобщать, систематизировать статистическую информацию о тенденциях развития туристской индустрии;
- характеризовать стратегии инновационного развития;
- проектировать новый продукт;
- использовать информационные технологии для разработки, продвижения новых услуг.

владеть:

- методами планирования инновационной деятельности;
- технологиями организации инновационного процесса в туристской индустрии;
- навыками разработки инновационных элементов для сферы туризма.
- навыками анализа эффективности применяемых прикладных программ, работы с прикладными программными средствами;
- навыками применения полученных знаний в профессиональной и общественной деятельности.

2. Программа оценивания контролируемой компетенции:

Текущая аттестация	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины и их наименование	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Раздел 1. Предпринимательская и инновационная деятельность в туризме.	ОПК-1	Вопросы для текущей аттестации; Дискуссия; Перечень тем рефератов (докладов, сообщений)
2	Раздел 2. Государственное регулирование, управление, стратегия и планирование инновационной деятельности.	ОПК-4	Вопросы для текущей аттестации; Круглый стол; Дискуссия; Перечень тем рефератов (докладов, сообщений)
3	Раздел 3. Внедрение научно-технического прогресса в развитие туризма.	ОПК-1 ОПК-4	Вопросы для текущей аттестации; Дискуссия; Перечень тем рефератов (докладов, сообщений)
Промежуточная аттестация	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины и их наименование	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Раздел 1. Предпринимательская и инновационная деятельность в туризме.	ОПК-1	Оценка знаний, умений, навыков и формируемых компетенций обучающихся в форме модульной контрольной письменной работы.
2	Раздел 2. Государственное регулирование, управление, стратегия и планирование инновационной деятельности.	ОПК-4	Оценка знаний, умений, навыков и формируемых компетенций обучающихся

			в форме модульной контрольной письменной работы.
3	Раздел 3. Внедрение научно-технического прогресса в развитие туризма.	ОПК-1 ОПК-4	Оценка знаний, умений, навыков и формируемых компетенций обучающихся в форме модульной контрольной письменной работы.

Перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.	Задания для решения кейс-задачи
2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, деловая игра	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов, деловой игры
4	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
5	Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной	Темы рефератов

		(учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	
6	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	Темы докладов, сообщений
7	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
8	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Тематика эссе



ЕСТЕСТВЕННО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГЕОГРАФИИ И РЕГИОНОВЕДЕНИЯ

Теоретические и практические задания по дисциплине
«Инновационные технологии в сфере туризма»

1. Опишите сущность понятий «инновации», «инноватика», «инновационный менеджмент».
2. Раскройте типологию инноваций в туристском бизнесе
3. Проанализируйте задачи инновационного менеджмента в туристском бизнесе
4. Дайте характеристику инновационному процессу
5. Опишите разработку инновационной стратегии развития туристского предприятия.
6. Раскройте инновации как «стабилизатора кризисных моментов»
7. Охарактеризуйте инновации управления качеством в туристском предприятии.
8. Дайте характеристику Интернета как инновационной платформы продвижения услуг турпредприятий
9. Проанализируйте взаимосвязь глобализации социальных процессов с тенденциями развития туристских услуг
10. Дайте характеристику трудовых ресурсов в туристском предприятии.
11. Опишите инновационные методы мотивации персонала туристского предприятия
12. Раскройте социальные технологии, используемые в продвижении туристских услуг.
13. Охарактеризуйте B2B технологии в туристском деле
14. Дайте характеристику глобальных систем бронирования и центральные сетям бронирования.
15. Раскройте современные подходы к разработке сайта
16. туристского предприятия
17. Охарактеризуйте инновационные системы стимулирования сбыта туристских услуг
18. Раскройте инновационные методы формирования пакета услуг в туристском предприятии
19. Опишите инновационные методы формирования сервисной системы туристского предприятия.
20. Опишите бренд-стратегию инноваций туристского предприятия
21. Проанализируйте инновационные маркетинговые технологии в туристском бизнесе.
22. Охарактеризуйте типологию инновационных рисков в туристском бизнесе
23. Проанализируйте факторы, влияющие на степень риска внедрения новой услуги в туристском предприятии
24. Опишите инновационные подходы к разработке концепции развития туристского предприятия
25. Охарактеризуйте инновационный сегмент рынка бутик-отелей
26. Опишите жизненный цикл инновации и жизненный цикл туристского продукта

Контрольные вопросы

1. Содержание понятия «инновация».
2. Жизненный цикл инновации.
3. Виды и типы инноваций.

4. Принцип отношения инновации к своей предшественнице.
5. Типы социальных инноваций.
6. Инновационный потенциал нововведения.
7. Типы новизны инновации для рынка.
8. Особенности механизма осуществления нововведения.
9. Личностные черты инноваторов.
10. Инновационный потенциал группы.
11. Характеристика туристических ресурсов.
12. Средства производства туристического продукта.
13. Характеристика эффективных технологий производства туристического продукта.
14. Инфраструктура туризма.
15. Супраструктура туризма.
16. Информационное поле как средство производства туристического продукта.
17. Автоматизация и виртуализация как характеристики туристических корпораций нового поколения.
18. Современные трансформации организационной структуры туристической компании.
19. Виртуальное пространство туристической корпорации.
20. Глобальные системы бронирования и резервирования.

Критерии оценок:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он успешно применяет развитые навыки анализа методологических проблем, возникающих при решении практических задач, в том числе в междисциплинарных областях;

Оценка «хорошо» выставляется, если обучающийся демонстрирует достаточно высокий уровень обладания навыком анализа методологических проблем, возникающих при решении практических задач;

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обучающийся обладает общим представлением, но не систематически применяет навыки анализа методологических проблем, возникающих при решении практических задач;

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обучающийся демонстрирует фрагментарное применение навыков анализа методологических проблем, возникающих при решении практических задач.

Составитель: _____ Палий В.Л.

5 сентября 2023 г.

Тематика докладов/рефератов/эссе/презентаций

1. Внедрение нового продукта СКСиТ на рынок.
2. Глобализация как новый феномен современного мира.
3. Государственное управление научно-технической политикой в Японии.
4. Глобальные объединения как новая организационная форма в туризме: достоинства и

недостатки.

5. Документы, необходимые для сертификации нового предприятия СКСиТ.
6. Жизненный цикл инновационного проекта.
7. Инновация как способ создания конкурентных преимуществ.
8. Инновационная деятельность в странах ЕС.
9. Исследования и разработки как основа эффективности бизнеса.
10. Инновационный проект: элементы и классификация.
11. Классификация и кодирование инноваций.
12. Меры (условия) по организации новой дестинации.
13. Модели развития новых мест туристского назначения.
14. Модели развития новых дестинаций.
15. Необходимость внедрения инноваций в СКСиТ.
16. Новшество, нововведение и инновация.
17. Новые информационные технологии в СКСиТ: роль и направления использования.
18. Отбор и реализация предпринимательских идей в СКСиТ.
19. Основные направления инновационной деятельности в СКСиТ.
20. Оценка результатов исследований.
21. Основные причины провала новинок на рынке.
22. Объединения и альянсы в СКСиТ.
23. Основные тенденции новых организационных форм в СКСиТ.
24. Основные ГОСТы, применяемые для услуг сферы СКСиТ.
25. Основные принципы внедрения инноваций.
26. Организация и перспективы управления инновационными проектами (проектный менеджмент).
27. Организационные структуры управления инновационными проектами: достоинства и недостатки.
28. Основные проблемы проектного менеджмента.
29. Подходы к определению понятия «инновация».
30. Правила успешной инновационной деятельности.
31. Принципы внедрения инноваций.
32. Предпринимательство как способ реализации инноваций. Предпринимательская среда.
33. Причины и пути появления новых дестинаций.
34. Проблемы внедрения новых маркетинговых стратегий в СКСиТ.
35. Разработка нового продукта СКСиТ: необходимые условия, причины неудач при выходе на рынок.
36. Роль Интернета в формировании и развитии продукта СКСиТ.
37. Реклама и продвижение: новые формы.
38. Роль и масштабы исследовательской деятельности.
39. Роль инноваций в современном мире.
40. Стандартизация и сертификация как гаранты качества инновации. Новое в оценке качества услуг СКСиТ.
41. Сущность и формы инновационного процесса.
42. Соотношение понятий «нововведение», «новшество», «научно-технический прогресс».
43. Стратегия лидерских позиций по издержкам.
44. Стратегия дифференциации.
45. Стратегия концентрации.

46. Стратегия раннего выхода на рынок.
47. Стратегия синергизма.
48. Специфика и этапы разработки нового продукта СКСиТ.
49. Типы людей по их отношению к инновациям.
50. Особенности поддержки инновационной деятельности в США.
51. Управление сопротивлением инновациям.
52. Фазы и субъекты инновационного процесса.
53. Формы, фазы и субъекты инновационного процесса.
54. Характер и цели развития новых дестинаций.
55. Эволюция технологий (теория длинных волн).
56. Этапы разработки и внедрение нового продукта СКСиТ на рынок.
57. Экспертиза инновационных проектов: этапы и методы.
58. Экономическая эффективность инноваций. Виды эффектов.
59. Элементы новых маркетинговых стратегий СКСиТ.
60. Экспертиза инновационного проекта.

Тестовые задания №1

1. Инновационный менеджмент не в состоянии обеспечить:

- а) нахождение или организацию разработки интеллектуальных продуктов, необходимых для создания инноваций;
- б) организацию контроля хода работ по всему инновационному циклу – от разработки продукта до сбыта продукции;
- в) концентрацию внимания всех исполнителей на деятельности в рамках инновационного цикла;
- г) повышение трудоспособности и исполнительности членов предприятия

2. Инновации в сфере социально-культурного сервиса и туризма классифицируются по следующим признакам:

- а) источнику идеи, виду инновации, степени новизны, широте воздействия и инвестиционному наполнению;
- б) источнику идеи, виду инновации, степени новизны;
- в) источнику идеи, степени новизны и инвестиционному наполнению;
- г) виду инновации, степени новизны и широте воздействия.

3. К основным принципам инноваций в туризме не относится:

- а) принцип научности, заключающийся в использовании научных знаний и методов для реализации инноваций, соответствующих потребностям туристов;
- б) принцип возможности, при котором предлагаются те новшества, которые может произвести и внедрить туристская организация, независимо от потребности в них туристов;
- в) принцип позитивности результатов, состоящий в предупреждении неразумного, не продуманного создания и внедрения новшества, которое может быть опасно, во-первых, для туриста; во-вторых, для конкретного предприятия; в-третьих, для биосферы и общества в целом;

г) принцип связности, когда процесс нововведения заканчивается появлением на рынке продукта, который должен на определенном этапе своего жизненного цикла вызывать потребность (стимулировать идею) создания следующего новшества и обеспечивать финансовую поддержку этого процесса.

4. Среди научных подходов к инновационному менеджменту наиболее сложным является:

- а) структурный подход;
- б) функциональный подход;
- в) системный подход;
- г) нормативный подход.

5. В теории и практике экономического управления различными объектами существует 14 научных подходов к инновационному менеджменту, которые можно охарактеризовать следующим утверждением:

- а) каждый подход отражает или характеризует только один из аспектов менеджмента;
- б) все подходы по своей сути являются синонимами;
- в) многие подходы дублируют друг друга;
- г) все подходы построены на основе одного – главного, и лишь дополняют его.

6. Неверным принципом в управлении инновационной деятельностью является:

- а) при организации управления следует постоянно помнить о том, что ресурсы компании ограничены;
- б) политика компании по управлению персоналом должна быть подчинена развитию у сотрудников способности по-новому взглянуть на традиционное и общепринятое, замечать отклонения от привычной нормы, идти на осмысленный риск ради завоевания новых позиций и целей в избранной сфере деятельности;
- в) стремление реализовать инновацию в неподготовленной среде является залогом успеха и никогда не приведет к убыткам;
- г) для развития компании должны быть мобилизованы все творческие возможности коллектива.

7. Ускорение темпов научно-технического прогресса в последние десятилетия, интернационализация и глобализация процессов в мировой экономике обусловили значительное повышение динамичности и изменчивости условий хозяйственной деятельности. Для данного времени не характерно:

- а) множественные изменения рыночной конъюнктуры и рыночной ситуации, высокая неопределенность внешних и внутренних процессов;
- б) повышенный коммерческий, финансовый, кредитный, предпринимательский риск;
- в) уменьшение требований к квалификации и качеству труда работников;
- г) множественность источников информации, альтернативность решений и вариантов технологического обновления.

8. Нововведения (инновации) различаются по:

- а) типологии, происхождению, назначению, степени новизны, предметно-содержательной структуре, по уровню распространения и воздействию на экономические процессы;

- б) типологии, происхождению, назначению;
- в) степени новизны, предметно-содержательной структуре, уровню распространения и воздействию на экономические процессы;
- г) происхождению, назначению, степени новизны, уровню распространения.

9. Сущность принципа позитивности результатов инноваций в туризме заключается

в:

- а) повышении прибыли организации;
- б) предупреждении неразумного, не продуманного создания и внедрения новшества,
- в) которое может быть опасно, во-первых, для туриста; во-вторых, для конкретного предприятия; в-третьих, для биосферы и общества в целом;
- г) гарантии отсутствия вреда для человека и окружающей его среды;
- д) использовании научных знаний и методов для реализации инноваций, соответствующих потребностям туристов.

10. Данный подход к инновационному менеджменту ориентирован на постоянное возобновление производства объекта для удовлетворения потребностей конкретного рынка с меньшими, по сравнению с лучшим аналогичным объектом на данном рынке, совокупными затратами на единицу полезного эффекта:

- а) нормативный подход;
- б) интеграционный подход;
- в) оптимизационный подход;
- г) воспроизводственно-эволюционный подход.

11. Свойства, характерные для инноваций:

- а) научно-техническая новизна;
- б) производственная применимость;
- в) коммерческая реализуемость;
- г) все ответы верны.

12. Объект функционального менеджмента в инновационной деятельности составляют:

- а) принципиальные научные и технологические новшества, формирующие становление новой модели экономического роста;
- б) тактика поведения хозяйствующего субъекта в условиях рынка;
- в) социально-организационные новшества и производственная среда, определяя пути альтернативного развития в рамках уже сложившейся технологической и технико-экономической парадигмы;
- г) организация и финансирование инновационных проектов, управление их формированием, подготовкой и экспертизой.

13. Основной целью стратегического инновационного маркетинга является:

- а) разработка стратегии проникновения новшества на рынок;
- б) проведение маркетинговых исследований рынка новшеств;
- в) позиционирование инновации на рынках и репозиционирование;
- г) анализ потенциального промышленного потребления и спроса на инновации

14. На первой стадии жизненного цикла присутствия инноваций на рынке необходимо:

- а) формирование каналов продаж, в т.ч. создание новых каналов и адаптация имеющихся;
- б) изменение характера рекламы;
- в) изменение конкурентной стратегии; выход на рынок нового продукта.

15. Матрица БКГ - :

- а) позволяет обосновать решения в области расширения производства товара или его модификации;
- б) позволяет позиционировать находящиеся в разработке товары, выбрать наиболее перспективные и сосредоточить усилия и ресурсы на их коммерциализацию;
- в) позволяет позиционировать продукцию, стратегически планировать и управлять;
- г) позволяет позиционировать только модифицированную продукцию.

16. Матрица И. Ансоффа - :

- а) позволяет обосновать решения в области расширения производства товара или его модификации;
- б) показывает взаимосвязь между существующими и будущими продуктами компании и рынками, на которых работает предприятие;
- в) позволяет позиционировать продукцию, стратегически планировать и управлять;
- г) правильного ответа нет.

17. Значительное отличие инновационных подходов от традиционных в управлении персоналом проявляется при:

- а) отборе работников;
- б) подборе работников;
- в) повышении квалификации работников;
- г) расстановке персонала;

18. Что такое инновационный потенциал предприятия:

- а) это деятельность, направленная на внедрение новых идей, научных знаний, технологий и видов продукции в различные области производства и сферы управления обществом;
- б) это совокупность различных видов ресурсов, включая финансовые, трудовые, сырьевые и интеллектуальные и иные, мера готовности осуществить инновационный проект;
- в) это конечный результат интеллектуального творческого труда, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного товара;
- г) это стратегия интенсивного роста, стратегия равномерного развития, стратегия диверсификации, стратегия сокращения;

19. Согласно ... конкурентное преимущество – это положение фирмы на рынке, позволяющее ей преодолевать силы конкуренции и привлекать к себе покупателей:

- а) Азоеву Г.Л.;
- б) Портеру М.;
- в) Ж.Ж. Ламбен;
- г) Шевченко Л.С.

20.К внутренним конкурентным преимуществам НЕ относят:

- а) низкий уровень износа основных производственных фондов;
- б) принятые обществом ценности организации;
- в) модульная автоматизированная технология;
- г) квалифицированные кадры организации.

21.Нацеленность на завоевание компанией первенства по уровню сервиса, по качеству продукции, по технологиям обслуживания и т.п - это ...:

- а) стратегия лидирующих позиций по издержкам;
- б) стратегия концентрации (фокусирования);
- в) стратегия дифференциации;
- г) стратегия интеграции.

22.Понятие «туристский маркетинг» сформулировал:

- а) Е. Екрипендорф;
- б) Ф. Котлер;
- в) В.Г. Федцов;
- г) Американская ассоциация маркетинга.

23.Причиной утраты конкурентных преимуществ может быть:

- а) снижение способности к адаптации;
- б) повышение инвестиционной привлекательности компании и ее инновационного потенциала;
- в) усиление конкуренции на рынке;
- г) правильного ответа нет.

24.Выбор ограничений по масштабам сферы деятельности организации с концентрацией ее деятельности на относительно небольшой целевой группе потребителей, части товарного ассортимента или каком-либо аспекте деятельности – это ...:

- а) стратегия лидирующих позиций по издержкам;
- б) стратегия концентрации (фокусирования);
- в) стратегия дифференциации;
- г) стратегия интеграции.

25.Под методом бенчмаркинга понимают:

- а) это метод комплексного инновационного исследования объекта с целью развития его полезных функций при оптимальном соотношении между значимостью для потребителя и затратами на их осуществление;
- б) это непрерывный процесс сравнения товаров (работ, услуг), производственных процессов, методов и других параметров предприятия с аналогичными объектами других предприятий;
- в) это метод, направленный на внедрение новых идей, научных знаний, технологий и видов продукции в различные области производства и сферы управления обществом;

г) это конечный результат интеллектуального творческого труда получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного товара, либо нового или усовершенствованного технологического процесса.

Тестовые задания №2

1.К внешним системам обновления производства относятся:

- а) межфирменные альянсы;
- б) обновление ассортимента продукции;
- в) собственные НИОКРы;
- г) правильного ответа нет.

2.Достоинства жизнециклической концепции инноваций проявляются в том, что она обеспечивает:

- а) учет временного фактора, логику развертывания процесса;
- б) наглядность динамики превращений, наглядность и прозрачность материальных, информационных и финансовых потоков;
- в) возможность математического моделирования стадий и процессов и применения альтернативных методов прогнозирования;
- г) все ответы верны.

3.Организационное проектирование является вариантом:

- а) внешней системы обновления;
- б) внутренней системы обновления;
- в) интегральной системы обновления;
- г) правильного ответа нет.

4.Жизненный цикл инновации включает фазы:

- а) внедрения, коммерциализации и диффузии, рутинизации (стабильной реализации нововведений) и повсеместного распространения и превращения в традиционный продукт;
- б) внедрения, коммерциализации и повсеместного распространения;
- в) внедрения, диффузии, превращения в традиционный продукт;
- г) внедрения, коммерциализации, рутинизации и повсеместного распространения.

5.Стратегический план реализации инновационного проекта определяет:

- а) целевые этапы и основные вехи проекта;
- б) потребности в материальных, финансовых ресурсах;
- в) верно только второе утверждение;
- г) верны оба утверждения.

6.В туристской индустрии инновационный цикл начинается с:

- а) момента появления финансов на НИОКР;
- б) момента возникновения идеи об открытии нового направления (дестинации) поездок, создания нового продукта или внесения изменений в существующий, внедрения новых видов технологии или коммуникаций;
- в) момента первого применения инновации;
- г) момента нахождения рынков сбыта.

7.Основными критериями оценки инновационных проектов являются:

- а) доходность;
- б) рентабельность;

- в) окупаемость;
- г) все ответы верны.

8. Основные принципы инновационных процессов:

- а) оперативность, тщательность, целевая ориентация;
- б) объективность, точность, комплексность, экономичность;
- в) единство, системность, оперативность, регулярность;
- г) адаптивность, комплексность, оперативность.

9. На институциональном уровне источниками финансирования являются:

- а) собственные средства предприятия, средства финансово-промышленных групп, научно-производственных комплексов и корпораций;
- б) отраслевые и межотраслевые внебюджетные фонды;
- в) специальные региональные внебюджетные фонды;
- г) правильного ответа нет.

10. Инновационный потенциал – это:

- а) ресурсы всех видов, которые могут быть использованы для достижения целей предприятия;
- б) способность организации к производству новых знаний и технических решений;
- в) степень готовности предприятия к реализации новшества (инновационного проекта);
- г) совокупность всех интеллектуальных ресурсов.

11. Одним из принципов механизма кредитования организаций является принцип срочности, согласно которому:

- а) предприятие-заемщик обязано в срочном порядке возратить сумму кредита по предъявлению требования об этом банком;
- б) предприятию-заемщику необходимо возратить полученный кредит в точно обозначенный в кредитном договоре срок;
- в) срочным кредитом является кредит, предоставленный предприятию-заемщику на срок до 1 года;
- г) обусловлена необходимость гарантий возвращения долга в виде юридически оформленных обязательств.

12. Инновационная стратегия, связанная с ролью первопроходца и основанная на собственных творческих возможностях:

- а) наступательная;
- б) защитная;
- в) стабилизационная;
- г) селективная.

13. Организация, решающая задачи, ограниченные проблемами поддержки малых, вновь созданных фирм и начинающих предпринимателей, которые хотят, но не имеют возможности начать свое дело, называется:

- а) технопарк;
- б) технополис;
- в) бизнес-инкубатор;
- г) стратегический альянс.

14. Данные инновационные стратегии используются фирмами, не претендующими на первенство вывода новшества на рынок, но стремящимися удержать лидирующие позиции, путем создания товаров- аналогов:

- а) последовательские стратегии;
- б) стабилизационные стратегии;
- в) догоняющие стратегии;
- г) оборонительные стратегии.

15. Организация инноваций включает:

- а) субъект инновационной деятельности;
- б) совокупность процессов и действий организации, направленных на выполнение необходимых функций в инновационной деятельности;
- в) структуры, обеспечивающие внутреннюю упорядоченность системы и совершенствование взаимосвязей между ее элементами и подсистемами;
- г) все перечисленное.

16. Процесс доведения новой идеи до практического применения называется:

- а) патентирование;
- б) инновационный процесс;
- в) прогнозирование;
- г) производственный процесс.

17. НИИ, КБ, лаборатории, испытательные станции относятся к:

- а) отраслевым формам инновационной деятельности;
- б) региональным формам инновационной деятельности;
- в) местным формам инновационной деятельности;
- г) федеральным формам инновационной деятельности.

18. К региональным формам инновационной деятельности относятся:

- а) Центр нововведений;
- б) Инженерные центры при университетах;
- в) Центр промышленной технологии;
- г) все перечисленное.

19. Первый (начальный) этап инновационного процесса:

- а) создание нового продукта;
- б) исследования фундаментального и прикладного характера;
- в) опытно-конструкторские и экспериментальные разработки;
- г) коммерциализации.

20. По мнению американского ученого Р.Фостера инновация – это результат:

- а) эффективного управления;
- б) «инновационного разрыва»;
- в) научно-технического прогресса;
- г) «технологического разрыва».

21. При использовании ... разрабатываемая стратегия инновационного развития сферы туризма в регионе должна учитывать факторы и условия, необходимые для удовлетворения потребностей людей в отдыхе: ресурсные возможности региона, социальное воздействие на общество и факторы внешней среды:

- а) принципа системности;
- б) принципа научности;

- в) принципа связности;
- г) принципа имманентности инвестиционным процессам.

22. Исследования фундаментального и прикладного характера, опытно-конструкторские и экспериментальные разработки, создание нового продукта, коммерциализация – все это:

- а) стратегический менеджмент;
- б) инвестиционный проект;
- в) инновационный процесс;
- г) маркетинговые исследования.

23. Оценка инновационного потенциала основана на следующих положениях:

- а) обобщающая оценка инновационного потенциала является комплексной и многоуровневой;
- б) оценка инновационного потенциала не сводится к одному абсолютному показателю и основана на сопоставлении комплекса показателей организации с соответствующими характеристиками инновационного потенциала предприятия-лидера, основных конкурентов или со средними по отрасли и т. д.;
- в) верно только второе утверждение;
- г) верны оба утверждения.

24. Каким участникам инновационного процесса присваивается титул «Деловые ангелы»:

- а) ключевая фигура инновационного управления. Это, как правило, энергичный руководитель, который поддерживает и продвигает новые идеи;
- б) это лица, выступающие в качестве инвесторов рискованных проектов;
- в) это специалист и руководитель, ориентированный на внутренние инновационные проблемы;
- г) к его характерным чертам относятся способность вырабатывать в короткие сроки большое число оригинальных предложений.

25. «Золотые воротнички», «антрепренер», «интрапренер» – исполнители этих инновационных ролей относятся к:

- а) новаторам;
- б) организаторам и содействующим;
- в) предпринимателям;
- г) бригадирам.

Контрольные для оценки знаний

1. Соотношение понятий «инновация», «новшество», «нововведение».
2. Характеристика инновационной деятельности.
3. Классификация инноваций по предмету осуществления, по типу новшества, по особенностям механизма осуществления. Функции инноваций.
4. Классификация инноваций по инновационному потенциалу, по типу новизны для рынка, по целям, по принципу отношения к своему предшественнику, по радиусу действия.
5. Общая характеристика инновационного процесса как явления и факторы, влияющие на его развитие.
6. Содержательная структура инновационного процесса: этап инициации и маркетинговых исследований.

- 7.Содержательная структура инновационного процесса: выпуск, реализации и продвижение инновации, оценка ее экономической эффективности и диффузия.
- 8.Жизненный цикл инноваций.
- 9.Особенности инновационного рынка, его экономическая сущность.
- 10.Инновационная политика государства: определение, цель, основные принципы, основные направления.
- 11.Формы государственного регулирования международных отношений в инновационной сфере.
- 12.Методы государственного регулирования инновационной деятельности.
13. Варианты инновационной политики государства.
- 14.Механизм государственного управления инновационной сферой.
- 15.Правовое регулирование инновационной деятельности.
- 16.Интеллектуальная собственность и ее объекты.
- 17.Формы правовой защиты интеллектуальной собственности.
- 18.Основные источники финансирования инновационной деятельности.
- 19.Перспективные источники финансирования инновационной деятельности.
- 20.Общая характеристика инновационного менеджмента.
- 21.Инновационная стратегия и тактика развития.
- 22.Система управления в инновационном менеджменте.
- 23.Организация инновационного управления на предприятии.
- 24.Структура системы инновационного менеджмента организации.
- 25.Роль менеджера при осуществлении инновационной деятельности.
26. Поведенческая стратегия менеджера в инновационной сфере.
- 27.Содержательная характеристика инновационного проектирования.
- 28.Основные направления развития инновационной деятельности в туризме.
- 29.Инновации внутренней организации современной туристской фирмы.

Вопросы к экзамену

1. Содержание понятия «инновация».
2. Виды инноваций.
3. Инновационные процессы.
4. Жизненный цикл и функции инноваций.
5. Источники инновационных возможностей.
6. Содержание и характеристика различных типов стратегий.
7. Государственная инновационная стратегия.
8. Инновационная стратегия предприятий.
9. Планирование инноваций и инновационные проекты.
10. Принципы планирования.
11. Содержание инновационного проекта.
12. Виды проектов.
13. Этапы разработки инновационных проектов.
14. Роль и характер инвестиции в инновационных процессах.
15. Риски в инновационной деятельности.
16. Глобализация экономики и ее влияние на развитие туризма.

17. Глобализация — путь перемен.
18. Глобализация экономики и туризм.
19. Деловое партнерство.
20. Влияние политической, экономической и социальной сфер на инновационные процессы в туризме.
21. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации туристского продукта.
22. Практика нового туризма.
23. Инновационные процессы на транспорте и в средствах размещения.
24. Тенденции развития авиационного транспорта.
25. Железнодорожный транспорт.
26. Развитие морских круизов.
27. Инновации в гостиничном бизнесе.
28. Развитие информационных технологий.
29. Глобальные распределительные системы.
30. Информационные технологии, их внедрение в производственные процессы.
31. Способы распространения инновационных продуктов.
32. Применение информационных технологий в туризме.
33. Глобальные распределительные системы.
34. Электронная коммерция.