

# ИННОВАЦИИ В ТУРИЗМЕ

## 1. Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов системы знаний, об инновационных процессах, происходящих в туристской деятельности, как на эти процессы влияют нововведения в тесно связанных с ней отраслях, какие факторы стимулируют инновации и механизм управления ими.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Инновации в туризме» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Инновации в туризме» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Информатика», «Информационные технологии в туристской индустрии», «Маркетинг в туристской индустрии», «Технологии продаж», «Интернет-технологии», «Информационные сети и базы данных».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Межличностное общение и коммуникация», «Разработка рекламного продукта», «Реклама в туристской индустрии», «Связи с общественностью», «Технологии производства рекламы в туризме».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-11).

### В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### *знать*

- понятийный аппарат, методы управления инновационной деятельностью организации и возможности ее использования в практической работе; виды нововведений и различия подходов при их внедрении, теорию управления инновационными проектами; принципы инновационной и инвестиционной политики государства, предприятий, организаций, а также формы инвестиций в инновационные процессы; методы, показатели и критерии определения коммерческой, бюджетной и народнохозяйственной эффективности проектов;
- особенность государственного регулирования инноваций и их приоритетные направления;
- особенности инновационных структур и способы их управления;
- содержание и организацию инновационного менеджмента, систему управления в инновационном менеджменте, перспективные инновационные процессы в туризме;
- содержание и организацию инновационного маркетинга, влияние на нее государства, инновационные виды и решения туристского продукта, стадии инновационного процесса;
- понятие инновационного проекта, особенности организации инновационного процесса, инновационной стратегии;
- информационное обеспечение инновационного процесса и роль современных IT в нем;
- суть инновационного стиля жизни;
- специфику инноваций в туризме, перспективные и наиболее актуальные инновационные проекты, туристский потенциал регионов и инфраструктурные проблемы. Новые виды туризма, технологические инновации и современные информационные технологии;

#### *уметь*

- реализовывать полученные теоретические знания в профессиональной деятельности;

### ***владеть***

– грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной и письменной речью, основами речевой профессиональной культуры бакалавра в области профессиональной деятельности; актуализированными и закреплёнными базовыми понятиями по разделам дисциплины в том числе с использованием средств ИТ.

## **4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение**

количество зачётных единиц – 2,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 72 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 14 ч., СРС – 54 ч.),

распределение по семестрам – 5 курс, зима,

форма и место отчётности – зачёт (5 курс, зима).

## **5. Краткое содержание дисциплины**

Сущность и функции инновационной деятельности.

Понятие и содержание инноваций и инновационных процессов в туризме. Соотношение понятий «инновация», «новшество», «нововведение». Характеристика инновационной деятельности. Классификация и функции инноваций. Инновационный процесс как объект управления, его структура. Жизненный цикл инноваций. Характеристика инновационного рынка. Отрасль туризма как объект инновационных методов управления и планирования.

Государственное регулирование инновационного развития.

Инновации в государственном регулировании туристского рынка. Направления государственного регулирования туристического рынка. Участие государства в продвижении конкретных регионов или зарубежных стран; финансовая, кадровая или административная поддержка туроператоров, производящих соответствующий турпродукт; внешнеполитический курс власти и т.д. Государственное влияние на процесс туристического производства: состояние туристической инфраструктуры; поддержание состояния туристических ресурсов; финансовые потоки в туристической индустрии. Новые направления государственного регулирования туристской деятельности. Координация деятельности органов и организаций в сфере туристской индустрии. Приоритетные направления государственного регулирования туристской деятельности. Практические меры по поддержанию отечественных производителей туристского продукта. Поддержка и развитие внутреннего, въездного и социального туризма.

Структура инновационного процесса.

Особенности инновационных структур: отсутствие бюрократической регламентации деятельности органов управления, отсутствие детального разделения труда по видам работ, размытость уровней управления и небольшое их количество, гибкость структуры управления, децентрализация принятия решений, индивидуальная ответственность каждого работника за общие результаты деятельности.

Стратегический инновационный менеджмент.

Содержание и организация инновационного менеджмента. Общая характеристика инновационного менеджмента. Инновационная стратегия и тактика развития. Система управления в инновационном менеджменте. Структура системы инновационного менеджмента организации. Перспективные инновационные проекты в туризме. Основные направления развития инновационной деятельности в туризме. Инновации внутренней организации современной туристской фирмы.

Организация инновационной деятельности.

Содержание и организация инновационного маркетинга. Государственная политика в сфере маркетинга туристских продуктов регионов. Создание единой информационной службы. Туристские информационные центры. Выставочная деятельность в туризме. Рекламная и издательская деятельность в сфере туризма. Маркетинг туристских дестинаций. Жизненный цикл туристской дестинации. Брендинг туристского направления. Инновационные виды туристского продукта. Инновационные решения по продукту. Стадии инновационного процесса, возможные решения. Инновационные методики рекламирования и продвижения туристского продукта.

Инновационный проект и методы его эффективности. Управление инновационной деятельностью в компании.

Понятие инновационного проекта, проектный менеджмент. Объекты управления в инновационном процессе. Развитие персонала и развития организации – важнейшие взаимосвязанные объекты управления в ходе инновационного процесса; Инновационная стратегия. Главные цели бизнеса в стратегической перспективе и основные средства их достижения. Стратегическое планирование, «внешняя» и «внутренняя» составляющие стратегии. Конкретизация целей инновационной стратегии. Обобщенная схема разработки, реализации и модернизации стратегии.

Рынок инноваций. Инновационная программа менеджера.

Роль конкурентной борьбы в успехе стратегии. Мониторинг проекта и адаптация стратегических шагов на основе его результатов. Информационное обеспечение инновационного процесса. Роль современных IT. Источники ошибок. Эффективность инноваций. Многоцелевая оптимизация инновационного процесса. Функционально-стоимостной анализ инновационного процесса. Требования к инновационным менеджерам.

Социально-психологические аспекты инновационной деятельности.

Инновационный стиль жизни: научное мировоззрение, использование высоких технологий, поиск и внедрение инноваций в бизнесе, рациональность потребительского поведения, участие в меценатской и благотворительной деятельности, экологическое мышление, предпочтение активным в интеллектуальном и физическом отношении видам отдыха и т.п.

Влияние научно – технических нововведений на развитие туризма. Инновационные процессы в туризме.

Специфика инноваций в туризме. Перспективные инновационные проекты в туризме.

Продуктовые инновации: новые туристские дестинации; новый турпродукт и т.п.

Исследование туристского потенциала региона, маркетинговая проработка инновационной идеи, инфраструктурные проблемы и пути их решения, кадровое обеспечение инновационного проекта, взаимоотношения с поставщиками (партнерами), необходимые ресурсы. Разработка и реализация концепции нового бизнеса в сфере туристских услуг (ресторан, отель, event-проект и т.п.). Новые туристские и экскурсионные маршруты, использующие малоизвестные аттракционы. Экзотические отели и способы размещения. Новые виды туризма: деловой (конгрессный), экологический («зеленый», сельскохозяйственный), цивилизационный, ностальгический (ретро-), гастрономический, космический, событийный, экзотический и др. Технологические инновации. Современные информационные технологии, использование интернета; «интеллектуальное» оборудование («умный дом»). Создание и администрирование клиентских баз данных как элемент CRM- технологий (Customer Relationship Management). Компьютерные гиды, экскурсоводы и переводчики; аудиогиды, совмещенные с GPS-навигаторами. Другие высокие технологии в туризме. Оборудование, инструменты и химические средства для уборки, стирки, мытья посуды и т.п.

Нанотехнологии на вооружении предприятий, оказывающих туристские услуги. Новые технологии приготовления пищи, «молекулярная кулинария» и т.п. Энерго- и ресурсосберегающие технологии, селективный сбор мусора, альтернативные источники энергии. Новые учебные технологии: IT, дистанционное обучение, психологические

тренинги и нейролингвистическое программирование, балльно-рейтинговые системы и т.д. Новые материалы, в том числе - произведенные с применением нанотехнологий: красители, пропитки, нетканые материалы, строительные материалы, пищевые продукты и добавки, произведенные по современным технологиям, защитные мази и кремы. Выставочные технологии: мультимедиа, замена бумажных информационных и раздаточных материалов цифровыми носителями; мастер-классы; перфомансы, шоу и флеш-мобы для привлечения потенциальных клиентов. Оборудование и одежда для спорта. Социальные технологии: облегчение жизни и социальной реабилитации инвалидов, решение транспортных проблем, новые методы озеленения больших городов («вертикальный парк» и т.д.), включение IT в жизнь все большего количества людей («электронное правительство», «технология одного окна» для решения проблем взаимоотношения граждан с чиновниками и др.) Новые аттракционы для туристов: историческая реконструкция знаменательных событий, театральные и музыкальные фестивали, спортивные соревнования, экономические форумы, выставки и ярмарки, религиозные праздники и события, мифические, легендарные и литературные персонажи, народные забавы и фольклорные праздники. Художественные промыслы и прикладное искусство. Старые и новые архитектурные сооружения, вызывающие неоднозначное восприятие. Управленческие инновации: оптимизация оргструктуры предприятия, использование различных приемов инновационного менеджмента. Инфраструктурные инновации: решение транспортных проблем, бизнес-инкубаторы, мини-отели, инфраструктура новых видов туризма. Сбытовые и коммерческие инновации: методы распространения продуктов/услуг, борьба за лояльность потребителя, переориентация (диверсификация) туристского бизнеса в условиях падения или роста спроса, изменения курсов валют, изменений визовой и таможенной политики и пр.

## **6. Разработчик**

Кисляков Виталий Викторович, кандидат педагогических наук, доцент кафедры технологии, туризма и сервиса ФГБОУ ВО «ВГСПУ».