

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое
частное образовательное учреждение высшего образования
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

Рассмотрено и одобрено на заседании
кафедры Технологий сервиса и деловых
коммуникаций Академии ИМСИТ,
протокол №8 от 19 марта 2018 года,
зав. кафедрой, доцент



Н.И. Севрюгина

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
ДЛЯ
ДОКУМЕНТОВ
Председатель ИМС,
проректор по учебной работе,
профессор



Н.Н. Павелко

ФТД.В.02 Инновации в туризме

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

по направлению подготовки

43.03.02 Туризм

направленность (профиль) программы

«Организация и технология туроператорских и турагентских услуг»

Квалификация

Бакалавр

Краснодар
2018

<p>Цель и задачи изучения дисциплины:</p>	<p>Цели дисциплины: выявление и анализ актуальных тенденций рынка инновационных технологий в индустрии туризма</p> <p>Задачи дисциплины: - использовать преимущества современных концепций управления инновационной деятельностью в практике туристских фирм; - реализовать в практической деятельности инновационные социальные технологии, позволяющие оптимизировать деятельность предприятий туристической индустрии.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<p>Раздел 1. Инновации как системный объект изучения Сущность и содержание понятий «инновация», «нововведение», «инновационная деятельность», «инновационный менеджмент», «инновационный маркетинг». Классификация инноваций. Объективные предпосылки инновационной деятельности. Инновативность как фактор конкурентоспособности фирм. Инновации и управление ЖЦТ. Новизна как важнейшее конкурентное преимущество. Инновационные технологии управления ЖЦТ. Маркетинг нового товара. Этапы создания нового продукта. Технологии прогнозирования продаж и оценки доходности нового продукта. Особенности коммерциализации нового продукта.</p> <p>Раздел 2. Планирование инновационной деятельности предприятия туристической индустрии Необходимость планирования в инновационном менеджменте. Основные области планирования инновационной деятельности. Организационные формы осуществления планирования и функции структурных единиц, участвующих в данном процессе. Современные формы и методы планирования инновационной деятельности фирм. Сущность и содержание стратегического и текущего планирования в рамках инновационной деятельности. Оптимизация системы внутрифирменного планирования инноваций. Цели и задачи стратегического планирования. Система стратегического планирования и этапы принятия стратегических инновационных решений. Инновационные стратегии: понятие и виды. Активные (технологические) и пассивные (маркетинговые) стратегии. Факторы, определяющие выбор стратегии и необходимые условия для ее реализации. Практика осуществления инновационных стратегий крупными западными компаниями. Стратегическое планирование и внешняя среда фирмы.</p> <p>Раздел 3 Анализ эффективности инновационной деятельности предприятия туристической индустрии</p>

	<p>Понятие эффективности инноваций и необходимость ее оценки. Определение системы критериев отбора и ранжирования инновационных проектов на начальном этапе инновационной деятельности. Применение двух взаимодополняющих подходов к оценке эффективности инновационных проектов: качественного и количественного. Использование количественных методов и их ограничения.</p> <p>Раздел 4. Инновационные социальные технологии как способ повышения конкурентоспособности предприятия туристической индустрии.</p> <p>Понятие конкурентоспособности фирмы и конкурентоспособности товаров. Четыре группы факторов конкурентоспособности фирмы. Место и роль инновационной составляющей в каждой из групп: качественная, маркетинговая, коммерческая, гуд-вилл.</p> <p>Конкуренция как стимул развития инноваций. Понятие и сущность научно-технической конкуренции и технологического накопления. Инновации и становая конкурентоспособность. Реальный и/или псевдореальный имидж новизны как основа современного предпринимательства.</p>
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</p>	<p>ОПК-1 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта</p> <p>ОПК-2 способностью к разработке туристского продукта</p> <p>ПК-6 способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности</p> <p>ПК-9 готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов</p> <p>ПК-10 готовностью к разработке туристского продукта на основе современных технологий</p> <p>ПК-11 способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p>	<p>знать:</p> <p>суть комплексного подхода к инновационной деятельности;</p> <p>понятийный аппарат в инновационной области;</p> <p>особенности планирования и организации инновационной деятельности предприятия туристической индустрии;</p> <p>важнейшие составляющие комплекса маркетинговых мероприятий по отношению к новой услуге;</p>

	<p>направления регулирования инновационной деятельности туристских фирм, а так же предприятий туристской инфраструктуры.</p> <p>уметь:</p> <p>анализировать особенности управления персоналом в инновативной компании.</p> <p>соотносить уровень конкурентоспособности компании с ее инновативностью и со стратегическими путями развития;</p> <p>применять технологии репозиционирования предприятия туристской индустрии и ребрендинга;</p> <p>анализировать ситуации и находить инновативные решения по адаптации к изменениям во внешней среде.</p> <p>владеть:</p> <p>овладеть основными технологиями маркетинга новой услуги (такими как разработка концепции и определение ее места в портфеле услуг фирмы, расчет доходности и прогнозирование продаж новой услуги и т.д.);</p> <p>методикой анализа эффективности инновационных мероприятий.</p>
Формы проведения занятий, образовательные технологии:	<p>Лекционные занятия: проблемные лекции, лекция – визуализация, лекция-беседа, лекция - анализ ситуаций.</p> <p>Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», метод «коллективной мыслительной деятельности», методы анализа проблемных ситуаций, логико- методологическое проектирование, решение задач.</p>
Используемые инструментальные и программные средства:	Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирования)
Формы промежуточного контроля:	Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы
Общая трудоемкость изучения дисциплины:	72ч./2 з.е.
Форма итогового контроля знаний:	зачет