

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Амурский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

ИННОВАЦИИ В ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
сборник учебно-методических материалов
для специальности 43.03.02 – Туризм

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
факультета международных отношений
Амурского государственного
университета*

Составитель: Мирошниченко Т.А.

Инновации в туристской деятельности: сборник учебно-методических материалов для специальности 43.03.02 – Туризм. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. – 24 с.

© Амурский государственный университет, 2017
© Кафедра международного бизнеса и туризма, 2017
© Мирошниченко Т.А., составление

СОДЕРЖАНИЕ

1	Краткое изложение лекционного материала	4
2	Методические рекомендации (указания) к практическим занятиям	6
3	Методические рекомендации (указания) для самостоятельной работы студентов	14

1 КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ЛЕКЦИОННОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Сущность и функции инновационной деятельности

Экономическое развитие общества и предпринимательской деятельности. Возникновение и сущность предпринимательства. Развитие предпринимательства в России. Цикличность развития экономики. Теория инновационных процессов Шумпетера. Роль предпринимателя в инновационных процессах. Предпринимательская деятельность в туристической сфере. Содержание понятия «инновация». Виды и типы инноваций. Инновационные процессы. Жизненный цикл и функции инноваций. Инновационная деятельность в туризме.

Тема 2. Государственное регулирование инновационной деятельности

Функции государственных органов в инновационной сфере. Формы государственной поддержки инновационной деятельности. Механизм государственного регулирования инновационной деятельности. Инструменты государственного регулирования. Внебюджетные формы поддержки инновационной деятельности в Российской Федерации. Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной деятельности. Опыт США, Японии, Германии.

Тема 3. Стратегия и планирование инновационной деятельности

Содержание и характеристика различных типов стратегий. Государственная инновационная стратегия. Инновационная стратегия предприятий. Планирование инноваций и инновационные проекты. Принципы планирования. Содержание инновационного проекта. Виды проектов. Этапы разработки инновационных проектов. Роль и характер инвестиций в инновационных процессах. Риски в инновационной деятельности

Тема 4. Методики активизации инновационного процесса

Понятие инновационной активности. Измерение инновационной активности. Элементы инновационной активности. Инновационная активность как конкурентное преимущество предприятия. Факторы влияния на инновационную активность предприятия. Методы организации инновационной деятельности. Методы выбора организацией инновационной политики. Метод написания сценариев. Метод игр. Метод Дельфи. Метод прогнозирования новшеств. Метод мозгового штурма. Методика проведения мозгового штурма. Стимулирование инновационной активности в организации

Тема 5. Управление инновационной деятельностью в компании

Организация инновационной деятельности. Цели инновационной деятельности. Динамическое моделирование бизнеса. Управление инновациями. Управление знаниями. Создание нововведений и их внедрение. Классификация предприятий по типу инновационного поведения, Инновационная деятельность в туристических компаниях.

Тема 6. Интеллектуальная собственность в инновационных процессах

Человеческий фактор. Интеллектуальный продукт. Интеллектуальный продукт как собственность. Интеллектуальная собственность как товар. Использование прав на интеллектуальную собственность в сфере туризма. Охрана и защита интеллектуальной собственности. Способы охраны и защиты. Международные соглашения об охране интеллектуальной собственности.

Тема 7. Влияние научно-технических нововведений на развитие туризма

Инновации в сервисе. Особенности инновационной деятельности в сфере услуг. Инновации в транспортном обслуживании туристов. Инновации в управлении персоналом. Прогрессивные технологии обслуживания. Инновационная направленность в деятельности туристических фирм. Инновационные формы расчетов. Инновационные процессы в транспорте, средствах размещения и предприятиях общественного питания. Тенденции развития авиационного транспорта.

Инновации железнодорожном и автомобильном транспорте. Развитие морских круизов. Инновации в гостиничном и ресторанном бизнесе. Развитие информационных технологий, их внедрение в производственные процессы. Способы распространения инновационных продуктов. Применение инновационных технологий в туризме. Глобальные распределительные системы. Электронная коммерция.

Тема 8. Инновации в процессе производства туристического продукта

Туристическое производство. Факторы туристического производства. Средства производства туристического продукта. Технологии производства туристического продукта. Исторические формы и причины глобальных тенденций на мировом туристическом рынке. Транснационализация процесса туристического производства как современная тенденция на мировом туристическом рынке.

Тема 9. Технологический процесс как фактор инноваций в туристическом бизнесе.

Автоматизация и виртуализация в туристических корпорациях и нового поколения. Основные направления автоматизации и виртуализации современного туристического бизнеса. Глобальные системы бронирования и резервирования. Туристские ресурсы Интернет.

Тема 10. Инновации в структуре и внутренней среде современной туристической компании.

Современные трансформации организационной структуры туристической компании и корпоративных систем управления персоналом. Инновационная модель организационной структуры туристической корпорации. Туристическая корпорация как сетевая структура. Стратегическое сотрудничество в рамках туристического производства.

2 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ (УКАЗАНИЯ) К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Сущность и функции инновационной деятельности.

1. Возникновение и сущность предпринимательства.
2. Развитие предпринимательства в России.
3. Опыт развития западного предпринимательства.
4. Теория инновационных процессов Шумпетера.
5. Предпринимательская деятельность в туристической сфере.
6. Понятие, функции и роль инноваций в современном мире.
7. Виды инноваций.
8. Новшество.
9. Развитие инновационного ресурса и эффективное его использование.
10. Жизненный цикл инноваций.

Основная литература:

1. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00483-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/83CDA546-7A2E-4DBA-9268-4310D077D7C2.

2. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 523 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02746-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/AD997B4A-8DDF-4C25-A15A-5BA8B6BAEAF4.

3. Инновационная политика : учебник для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под ред. Л. П. Гончаренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01239-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FC44B862-7661-446F-9E7A-CAA4C9E84139.

Дополнительная литература

4. Баранчев, В. П. Управление инновациями в 2 т : учебник для академического бакалавриата / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 783 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-4629-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C2CCA91E-18BD-4B91-8159-9023C9531E7E.

Тема 2. Государственное регулирование инновационной деятельности

1. Национальная инновационная система.
2. Государственная поддержка и стимулирование инновационных процессов.
3. Регулирование инновационной деятельности в промышленно- развитых странах.
4. Организация науки и научно-технических исследований в России.
5. Государственная поддержка инновационной деятельности в туризме.

Основная литература:

1. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00483-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/83CDA546-7A2E-4DBA-9268-4310D077D7C2.

2. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 523 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02746-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/AD997B4A-8DDF-4C25-A15A-5BA8B6BAEAF4.

3. Инновационная политика : учебник для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под ред. Л. П. Гончаренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01239-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FC44B862-7661-446F-9E7A-CAA4C9E84139.

Дополнительная литература

4. Баранчев, В. П. Управление инновациями в 2 т : учебник для академического бакалавриата / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 783 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-4629-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C2CCA91E-18BD-4B91-8159-9023C9531E7E.

Тема 3. Стратегия и планирование инновационной деятельности

1. Характеристика различных типов стратегий.
2. Государственная инновационная стратегия.
3. Инновационная стратегия предприятий.
4. Содержание инновационного проекта.
5. Виды инновационных проектов.
6. Риски в инновационной деятельности.

Основная литература:

1. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00483-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/83CDA546-7A2E-4DBA-9268-4310D077D7C2.

2. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 523 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02746-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/AD997B4A-8DDF-4C25-A15A-5BA8B6BAEAF.

3. Инновационная политика : учебник для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под ред. Л. П. Гончаренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01239-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FC44B862-7661-446F-9E7A-CAA4C9E84139.

Дополнительная литература

4. Баранчев, В. П. Управление инновациями в 2 т : учебник для академического бакалавриата / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 783 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-4629-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C2CCA91E-18BD-4B91-8159-9023C9531E7E.

Тема 4. Методики активизации инновационного процесса

1. Методы организации инновационной деятельности.
2. Методы выбора организацией инновационной политики.
3. Метод написания сценариев и его возможности в сфере туризма.
4. Использование метода игр в туризме.
5. Метод Дельфи и его возможности.
6. Стимулирование инновационной активности в туристской организации.

Основная литература:

1. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00483-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/83CDA546-7A2E-4DBA-9268-4310D077D7C2.

2. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 523 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02746-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/AD997B4A-8DDF-4C25-A15A-5BA8B6BAEAF4.

3. Инновационная политика : учебник для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под ред. Л. П. Гончаренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01239-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FC44B862-7661-446F-9E7A-CAA4C9E84139.

Дополнительная литература

4. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 372 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6C66C8E5-2EEA-42FD-BF32-E88489D0289D.

5. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 330 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00952-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/2C4C4A2E-F30D-4E7F-BED2-EC9CA2192FFC.

6. Спицына, Л. Ю. Инновационная инфраструктура рынка : учебное пособие для прикладного бакалавриата / Л. Ю. Спицына. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 117 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01493-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/E5C4B2D1-5EF6-48B4-89C2-EA61F10CE91C.

7. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 326 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/E6081AD5-C312-4BA4-9824-179D2BD4B16A.

Тема 5. Управление инновационной деятельностью в компании

1. Организация инновационной деятельности.
2. Цели инновационной деятельности.
3. Управление инновациями и знаниями.
4. Создание нововведений и их внедрение.
5. Классификация предприятий по типу инновационного поведения.

Основная литература:

1. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00483-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/83CDA546-7A2E-4DBA-9268-4310D077D7C2.

2. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 523 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02746-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/AD997B4A-8DDF-4C25-A15A-5BA8B6BAEAF4.

3. Инновационная политика : учебник для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под ред. Л. П. Гончаренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01239-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FC44B862-7661-446F-9E7A-CAA4C9E84139.

Дополнительная литература

4. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 372 с. — (Серия : Бакалавр и

магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6C66C8E5-2EEA-42FD-BF32-E88489D0289D.

5. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 330 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00952-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/2C4C4A2E-F30D-4E7F-BED2-EC9CA2192FFC.

6. Спицына, Л. Ю. Инновационная инфраструктура рынка : учебное пособие для прикладного бакалавриата / Л. Ю. Спицына. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 117 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01493-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/E5C4B2D1-5EF6-48B4-89C2-EA61F10CE91C.

7. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 326 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/E6081AD5-C312-4BA4-9824-179D2BD4B16A.

Тема 6. Интеллектуальная собственность в инновационных процессах

1. Человеческий фактор и интеллектуальный продукт.
2. Интеллектуальный продукт как собственность.
3. Интеллектуальная собственность как товар.
4. Использование прав на интеллектуальную собственность в сфере туризма.
5. Способы охраны и защиты интеллектуальной собственности.
6. Международные соглашения об охране интеллектуальной собственности.

Основная литература:

1. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00483-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/83CDA546-7A2E-4DBA-9268-4310D077D7C2.

2. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 523 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02746-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/AD997B4A-8DDF-4C25-A15A-5BA8B6BAEAF6.

3. Инновационная политика : учебник для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под ред. Л. П. Гончаренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01239-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FC44B862-7661-446F-9E7A-CAA4C9E84139.

Дополнительная литература

4. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 372 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6C66C8E5-2EEA-42FD-BF32-E88489D0289D.

5. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 330 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00952-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/2C4C4A2E-F30D-4E7F-BED2-EC9CA2192FFC.

6. Спицына, Л. Ю. Инновационная инфраструктура рынка : учебное пособие для прикладного бакалавриата / Л. Ю. Спицына. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 117 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01493-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/E5C4B2D1-5EF6-48B4-89C2-EA61F10CE91C.

7. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 326 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/E6081AD5-C312-4BA4-9824-179D2BD4B16A.

Тема 7. Влияние научно-технических нововведений на развитие туризма

1. Инновации в транспортном обслуживании туристов.
 2. Инновации в управлении персоналом.
 3. Прогрессивные технологии обслуживания.
 4. Инновационная направленность в деятельности туристических фирм.
 5. Инновационные формы расчетов.
 6. Инновационные процессы в транспорте, средствах размещения и предприятиях общественного питания.
 7. Тенденции развития авиационного транспорта.
 8. Инновации железнодорожном и автомобильном транспорте.
 9. Развитие морских круизов.
- Дискуссия.

Основная литература:

1. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00483-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/83CDA546-7A2E-4DBA-9268-4310D077D7C2.

2. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 523 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02746-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/AD997B4A-8DDF-4C25-A15A-5BA8B6BAEAF4.

3. Инновационная политика : учебник для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под ред. Л. П. Гончаренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01239-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FC44B862-7661-446F-9E7A-CAA4C9E84139.

Дополнительная литература

4. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 457 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B.

5. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для магистратуры / Л. Г. Кирьянова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 264 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9408CDD0-5C9E-4E48-B0A5-A36AF0FC805E.

6. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 290 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-05472-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/F4B33787-BDD1-40FD-B48F-FBC5C67BE604.

Тема 8. Инновации в процессе производства туристического продукта

1. Туристическое производство. Факторы туристического производства.
2. Средства производства туристического продукта.
3. Технологии производства туристического продукта.
4. Исторические формы и причины глобальных тенденций на мировом туристическом рынке.
5. Транснационализация процесса туристического производства как современная тенденция на мировом туристическом рынке.

Деловая игра (мозговой штурм).

Основная литература:

1. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00483-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/83CDA546-7A2E-4DBA-9268-4310D077D7C2.

2. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 523 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02746-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/AD997B4A-8DDF-4C25-A15A-5BA8B6BAEAF4.

3. Инновационная политика : учебник для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под ред. Л. П. Гончаренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01239-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FC44B862-7661-446F-9E7A-CAA4C9E84139.

Дополнительная литература

4. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 457 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B.

5. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для магистратуры / Л. Г. Кирьянова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 264 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9408CDD0-5C9E-4E48-B0A5-A36AF0FC805E.

6. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 290 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-05472-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/F4B33787-BDD1-40FD-B48F-FBC5C67BE604.

Тема 9. Технологический процесс как фактор инноваций в туристическом бизнесе

1. Автоматизация и виртуализация в туризме.
2. Основные направления автоматизации и виртуализации современного туристического бизнеса.
3. Глобальные системы бронирования и резервирования.
4. Туристские ресурсы Интернет.

Основная литература:

1. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00483-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/83CDA546-7A2E-4DBA-9268-4310D077D7C2.

2. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 523 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02746-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/AD997B4A-8DDF-4C25-A15A-5BA8B6BAEAF4.

3. Инновационная политика : учебник для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под ред. Л. П. Гончаренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01239-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FC44B862-7661-446F-9E7A-CAA4C9E84139.

Дополнительная литература

4. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 457 с. — (Серия : Бакалавр и

магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B.

5. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для магистратуры / Л. Г. Кирьянова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 264 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9408CDD0-5C9E-4E48-B0A5-A36AF0FC805E.

6. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 290 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-05472-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/F4B33787-BDD1-40FD-B48F-FBC5C67BE604.

7. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 372 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6C66C8E5-2EEA-42FD-BF32-E88489D0289D.

8. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04173-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/EC0CF50E-CC9F-4D82-83FF-07FDBCFCACDE0.

Тема 10. Инновации в структуре и внутренней среде современной туристической компании.

1. Современные трансформации организационной структуры туристической компании и корпоративных систем управления персоналом.
2. Инновационная модель организационной структуры туристической корпорации.
3. Туристическая корпорация как сетевая структура.
4. Стратегическое сотрудничество в рамках туристического производства.

Основная литература:

1. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00483-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/83CDA546-7A2E-4DBA-9268-4310D077D7C2.

2. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 523 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02746-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/AD997B4A-8DDF-4C25-A15A-5BA8B6BAEAF4.

3. Инновационная политика : учебник для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под ред. Л. П. Гончаренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01239-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FC44B862-7661-446F-9E7A-CAA4C9E84139.

Дополнительная литература

4. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 457 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B.

5. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для магистратуры / Л. Г. Кирьянова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 264 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9408CDD0-5C9E-4E48-B0A5-A36AF0FC805E.

6. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство

Юрайт, 2018. — 290 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-05472-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/F4B33787-BDD1-40FD-B48F-FBC5C67BE604.

7. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 372 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6C66C8E5-2EEA-42FD-BF32-E88489D0289D.

8. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04173-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/EC0CF50E-CC9F-4D82-83FF-07FDBCFCACDE0.

3 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

№ п/п	№ раздела (темы) дисциплины	Форма (вид) самостоятельной работы
1	Сущность и функции инновационной деятельности	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта
2	Государственное регулирование инновационной деятельности	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта, подготовка тезисов для участия в работе круглого стола
3	Стратегия и планирование инновационной деятельности	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта
4	Методики активизации инновационного процесса	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта
5	Управление инновационной деятельностью в компании	Поиск примеров успешного управления инновационной деятельностью в компании, анализ опыта
6	Интеллектуальная собственность в инновационных процессах	Изучение нормативных документов в сфере интеллектуальной собственности подготовка докладов.
7	Влияние научно-технических нововведений на развитие туризма	Подбор примеров для участия в дискуссии.
8	Инновации в процессе производства туристического продукта	Поиск идей для создания нового тупродукта, изучения опыта туристических фирм в сфере разработки и внедрения инновационных предложений.
9	Технологический процесс как фактор инноваций в туристическом бизнесе	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта
10	Инновации в структуре и внутренней среде современной туристической компании	Подготовка к семинарскому занятию, составление опорного конспекта

3.1 Методические рекомендации по подготовке докладов с презентациями

При подготовке сообщения (доклада) целесообразно воспользоваться следующими рекомендациями:

- Уясните для себя суть темы, которая вам предложена.
- Подберите необходимую литературу (старайтесь пользоваться несколькими источниками для более полного получения информации).
- Тщательно изучите материал учебника по данной теме, чтобы легче ориентироваться в необходимой вам литературе и не сделать элементарных ошибок.
- Изучите подобранный материал (по возможности работайте карандашом, выделяя самое главное по ходу чтения).
- Составьте план сообщения (доклада).
- Напишите текст сообщения (доклада).

Помните!

Выбирайте только интересную и понятную информацию. Не используйте неясные для вас термины и специальные выражения.

- Не делайте сообщение очень громоздким.
- При оформлении доклада используйте только необходимые, относящиеся к теме рисунки и схемы.
- В конце сообщения (доклада) составьте список литературы, которой вы пользовались при подготовке.

- Прочитайте написанный текст заранее и постарайтесь его пересказать, выбирая самое основное.

- Говорите громко, отчётливо и не торопитесь. В особо важных местах делайте паузу или меняйте интонацию – это облегчит её восприятие для слушателей.

Искусство устного выступления состоит не только в отличном знании предмета речи, но и в умении преподнести свои мысли и убеждения правильно и упорядоченно, красноречиво и увлекательно.

Любое устное выступление должно удовлетворять **трем основным критериям**, которые в конечном итоге и приводят к успеху: это **критерий правильности**, т.е. соответствия языковым нормам, **критерий смысловой адекватности**, т.е. соответствия содержания выступления реальности, и **критерий эффективности**, т.е. соответствия достигнутых результатов поставленной цели.

Работу по подготовке устного выступления можно разделить на два основных этапа: **докоммуникативный этап (подготовка выступления)** и **коммуникативный этап (взаимодействие с аудиторией)**.

Работа по подготовке устного выступления начинается с формулировки темы. Лучше всего тему сформулировать таким образом, чтобы ее первое слово обозначало наименование полученного в ходе выполнения проекта научного результата. Тема выступления не должна быть перегруженной, нельзя "объять необъятное", охват большого количества вопросов приведет к их беглому перечислению, к декларативности вместо глубокого анализа. Неудачные формулировки - слишком длинные или слишком краткие и общие, очень банальные и скучные, не содержащие проблемы, оторванные от дальнейшего текста и т.д.

Само выступление должно состоять из трех частей – вступления (10-15% общего времени), основной части (60-70%) и заключения (20-25%).

Вступление включает в себя представление авторов (фамилия, имя отчество, при необходимости место учебы/работы, статус), название доклада, расшифровку подзаголовка с целью точного определения содержания выступления, четкое определение стержневой идеи. Стержневая идея проекта понимается как основной тезис, ключевое положение. Стержневая идея дает возможность задать определенную тональность выступлению. Сформулировать основной тезис означает ответить на вопрос, зачем говорить (цель) и о чем говорить (средства достижения цели).

Требования к основному тезису выступления:

- фраза должна утверждать главную мысль и соответствовать цели выступления;
- суждение должно быть кратким, ясным, легко удерживаться в кратковременной памяти;
- мысль должна пониматься однозначно, не заключать в себе противоречия.

План развития **основной части** должен быть ясным. Должно быть отобрано оптимальное количество фактов и необходимых примеров.

Если использование специальных терминов и слов, которые часть аудитории может не понять, необходимо, то постарайтесь дать краткую характеристику каждому из них, когда употребляете их в процессе презентации впервые.

Самые частые ошибки в основной части доклада - выход за пределы рассматриваемых вопросов, перекрывание пунктов плана, усложнение отдельных положений речи, а также перегрузка текста теоретическими рассуждениями, обилие затронутых вопросов (декларативность, бездоказательность), отсутствие связи между частями выступления, несоразмерность частей выступления (затянутое вступление, скомканность основных положений, заключения).

В заключении необходимо сформулировать выводы, которые следуют из основной идеи (идей) выступления. Правильно построенное заключение способствует хорошему впечатлению от выступления в целом. В заключении имеет смысл повторить стержневую идею и, кроме того, вновь (в кратком виде) вернуться к тем моментам основной части, которые вызвали интерес слушателей. Закончить выступление можно решительным заявлением. Вступление и заключение требуют обязательной подготовки, их труднее всего создавать на ходу. Психологи доказали, что лучше всего запоминается сказанное в начале и в конце сообщения («закон края»), поэтому

вступление должно привлечь внимание слушателей, заинтересовать их, подготовить к восприятию темы, ввести в нее (не вступление важно само по себе, а его соотнесение с остальными частями), а заключение должно обобщить в сжатом виде все сказанное, усилить и сгустить основную мысль, оно должно быть таким, «чтобы слушатели почувствовали, что дальше говорить нечего».

Темы докладов по дисциплине

По Теме 6: Интеллектуальная собственность в инновационных процессах.

Темы докладов:

- понятие права интеллектуальной собственности и особенности соблюдения его сохранности в отдельных странах
- интеллектуальная собственность в туристской индустрии;
- примеры инноваций в туризме;
- проблемы обеспечения сохранности прав интеллектуальной собственности в туристской индустрии.

3.2 Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Дискуссия – это метод обсуждения и разрешения спорных вопросов. В настоящее время она является одной из важнейших форм образовательной деятельности, стимулирующей инициативность учащихся, развитие рефлексивного мышления. В отличие от обсуждения как обмена мнениями, дискуссией называют обсуждение-спор, столкновение точек зрения, позиций и т.д. Но ошибочно считать, что дискуссия – это целеустремленное, эмоциональное, заведомо пристрастное отстаивание уже имеющейся, сформированной и неизменной позиции. Дискуссия – равноправное обсуждение проблем самого различного характера. Она возникает, когда перед людьми стоит вопрос, на который нет единого ответа. В ходе ее люди формулируют новый, более удовлетворяющий все стороны ответ на стоящий вопрос. Результатом ее может быть общее соглашение, лучшее понимание, новый взгляд на проблему, совместное решение.

Таким образом, **дискуссия** — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все студенты, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить как преподаватель, так и студенты.
2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.
3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.
4. Подобрать литературу.
5. Выписать тезисы.
6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Особенности дискуссии:

- Дискуссия предполагает включенность в работу всей группы студентов.
- Студенты должны обязательно изучить данный материал не по одному источнику, а расширить свой кругозор по выбранной теме, из различных источников (научная литература, научные журналы, СМИ, интернет ресурсы, справочники и т.д.).

- При изучении вопросов необходимо обратиться не только к традиционным материалам, но и учитывать другие точки зрения. Изучение большого количества материала помогает студенту выразить свое мнение, доказать его и дать оценку.

- Дискуссия не должна превращаться в бесформенные выкрики, и содержать ответы: «согласен» - «не согласен», «хорошо» - «плохо», «я так думаю», «мне так кажется». Данные виды ответов показывают не готовность студента к дискуссии.

- Студент должен отстаивать свою точку зрения, аргументировать ее, делать выводы, задавать вопросы оппоненту.

- В ходе дискуссии студенты могут менять свою точку зрения, ведь только в споре рождается истина.

В конце диспута всегда делается вывод и анализируется: сколько человек осталось верно своим позициям, кто изменил свое мнение.

Очень важно в конце дискуссии сделать обобщения, сформулировать выводы, показать, к чему ведут ошибки и заблуждения, отметить все идеи и находки группы.

Таким образом, дискуссия предполагает высокую умственную активность его участников. Семинар - дискуссия прививает студентам умение вести полемику, обдумывать обсуждаемый материал, отстаивать свои взгляды и усовершенствовать свое ораторское искусство.

Вопросы для дискуссий

Тема «Влияние научно-технических нововведений на развитие туризма»

1. Инновации в сервисе. Особенности инновационной деятельности в сфере услуг.

2. Как влияют на развитие туризма инновационные процессы в авиационных перевозках?

Проблемы и перспективы.

3. Как влияют на развитие туризма инновационные процессы на железнодорожном транспорте? Проблемы и перспективы.

4. Чем вызвано развитие мирового круизного рынка? Современные проблемы рынка.

5. Какие нововведения появились в сфере гостиничного бизнеса?

6. Дайте характеристику проходящей информационной революции, а также ее положительных и отрицательных сторон.

7. Как влияет развитие информационных технологий на туристский бизнес?

8. Какими способами распространяются инновационные продукты? Используются ли эти способы в туристском бизнесе?

9. Инновации в транспортном обслуживании туристов.

10. Инновации в управлении персоналом.

11. Прогрессивные технологии обслуживания.

12. Инновационная направленность в деятельности туристических фирм.

13. Инновационные формы расчетов.

14. Как развивается электронная коммерция в России?

3.3 Методические рекомендации по подготовке к круглому столу

Круглые столы - это один из самых популярных форматов проведения научных мероприятий. По сути, Круглый стол представляет собой площадку для дискуссии ограниченного количества человек (обычно не более 25 человек; по умолчанию, экспертов, уважаемых в той или иной области специалистов).

Часто в высших учебных заведениях круглый стол используется как форма проведения семинарского занятия.

Особенностью круглых столов является их непредсказуемость, не реальная, так как очевидно, что любой организатор пожелает максимально контролировать происходящее, а теоретическая. Именно этот момент делает Круглые столы привлекательным форматом для аудитории. Следует заметить, что любые дискуссионные мероприятия (допустим, дебаты) одновременно являются относительно рискованным решением и, в то же время, предоставляют организатору существенное преимущество – возможность проявить свою креативность.

Цель «круглого стола» - раскрыть широкий спектр мнений по выбранной для обсуждения проблеме с разных точек зрения, обсудить неясные и спорные моменты, связанные с данной проблемой, и достичь консенсуса.

Задачей «круглого стола» является мобилизация и активизация участников на решение конкретных актуальных проблем, поэтому «круглый стол» имеет специфические особенности:

Правила для участников круглого стола:

участник должен быть знатоком обсуждаемой темы;

не стоит соглашаться на участие в Круглом столе лишь ради самого факта участия: если вам нечего сказать, то лучше молчать.

Этапы подготовки круглых столов:

Выбор темы. Осуществляется с ориентацией на направления научной работы кафедры и преподавателей. Кафедры предлагают темы «Круглых столов» с обоснованием необходимости ее обсуждения и разработки. В этом случае следует учитывать общее правило: чем конкретнее сформулирована тема, тем лучше. Кроме того, тема должна представлять интерес для слушателей.

Подбор ведущего (модератора) и его подготовка. Модератор должен обладать такими качествами, как коммуникабельность, артистичность, интеллигентность. Немаловажным является личное обаяние и чувство такта. Особую роль для Круглого стола играет компетентность ведущего, поэтому модератор обязан самостоятельно осуществить подготовку в рамках заданной темы Круглого стола.

Подбор участников и определение экспертов Круглого стола. Суть любого Круглого стола в том, чтобы осуществить попытку «мозговой атаки» по определенной проблеме и найти ответы на какие-то важные вопросы. Для этого необходимо собрать в одном месте людей, обладающих необходимыми знаниями по проблеме, требующей освещения. Этим людей называют экспертами или специалистами. Инициатору необходимо наметить потенциальных экспертов, которые могли бы дать квалифицированные ответы на вопросы, возникающие в рамках обсуждения заявленной темы Круглого стола. Если масштабы мероприятия выходят за рамки вуза, целесообразно на предварительном этапе подготовки Круглого стола разослать предполагаемым участникам информационные письма и приглашения к участию в данном мероприятии. Следует помнить, что формирование группы участников предусматривает дифференцированный подход: это должны быть не только компетентные, творчески мыслящие люди, но и должностные лица, представители исполнительной власти, от которых зависит принятие решений.

Предварительная рассылка вопросов предполагаемым участникам – осуществляется за 7-10 дней до Круглого стола;

Подготовка анкеты для участников Круглого стола – цель анкетирования состоит в том, чтобы быстро и без больших затрат времени и средств получить объективное представление о мнении участников Круглого стола по обсуждаемым проблемам. Анкетирование может быть сплошным (при котором опрашиваются все участники Круглого стола) или выборочным (при котором опрашивается часть участников Круглого стола). При составлении анкеты необходимо определить основную задачу-проблему, расчленив ее на составляющие, предположить, на основании каких сведений можно будет сделать определенные выводы. Вопросы могут быть открытыми, закрытыми, полужакрытыми. Формулировка их должна быть короткой, ясной по смыслу, простой, точной, однозначной. Начинать нужно с относительно простых вопросов, затем предлагать более сложные. Желательно сгруппировать вопросы по смыслу. Перед вопросами обычно помещают обращение к участникам опроса, инструкцию по заполнению анкеты. В конце следует поблагодарить участников.

Подготовка предварительной резолюции Круглого стола. Проект итогового документа должен включать констатирующую часть, в которой перечисляются те проблемы, которые обсуждались участниками Круглого стола. Резолюция может содержать конкретные рекомендации библиотекам, методическим центрам, органам управления разных уровней, выработанные в ходе обсуждения или решения, которые могут быть реализованы через определенные мероприятия с указанием сроков их выполнения и ответственных.

Структура круглого стола

Круглый стол предполагает:

1. готовность участников к обсуждению проблемы с целью определения возможных путей ее решения.

2. наличие определенной позиции, теоретических знаний и практического опыта.

Ведущий должен уметь чётко формулировать проблему, не давать растекаться мыслью по древу, выделять основную мысль предыдущего выступающего и, с плавным логичным переходом, предоставлять слово следующему, следить за регламентом. В идеале ведущий Круглого стола должен быть беспристрастным.

Возможна организация такого круглого стола, когда в основу обсуждения преднамеренно заложены несколько точек зрения на один и тот же вопрос, обсуждение которых подводит к приемлемым для всех участников позициям и решениям.

Таким образом, неотъемлемые составляющие круглого стола:

1. неразрешённый вопрос;
2. равноправное участие представителей всех заинтересованных сторон;
3. выработка приемлемых для всех участников решений по обсуждаемому вопросу.

При проведении «круглого стола» для достижения положительного результата и создания деловой атмосферы необходимо:

- Предуспотреть оптимальное количество участников (если круг специалистов большой, необходим не один ведущий, а два.
- Обеспечить работу технических средств для аудио- и видеозаписи.
- Установить регламент выступлений.
- Обеспечить соответствующее оформление аудитории (желательно, чтобы «круглый стол» был действительно круглым и коммуникации осуществлялись «лицом к лицу», что способствует групповому общению и максимальной вовлеченности в дискуссию.)

Методика организации и проведения «круглого стола»

Обычно выделяют три этапа в организации и проведении «круглого стола»: подготовительный, дискуссионный и завершающий (постдискуссионный).

I Подготовительный этап включает:

- выбор проблемы (проблема должна быть острой, актуальной, имеющей различные пути решения). Выбранная для обсуждения проблема может носить междисциплинарный характер, она должна представлять практический интерес для аудитории с точки зрения развития профессиональных компетенций;
- подбор модератора (модератор руководит «круглым столом», поэтому должен на высоком уровне владеть искусством создания доверительной атмосферы и поддержания дискуссии, а также методом наращивания информации);
- подбор дискуссионных. Состав участников «круглого стола» может быть расширен путем привлечения представителей органов исполнительной власти, профессиональных сообществ и других организационных структур;
- подготовка сценария (проведение «круглого стола» по заранее спланированному сценарию позволяет избежать спонтанности и хаотичности в работе «круглого стола»).

Сценарий предполагает:

- определение понятийного аппарата (тезауруса);
- краткую содержательную вступительную речь модератора, в которой объявляется тема и спектр затрагиваемых в ее рамках проблем, контекст желаемого обсуждения;
- перечень вопросов дискуссионного характера (до 15 формулировок);
- разработку «домашних заготовок» ответов, подчас противоречивых и неординарных с использованием репрезентативной выборки информации;
- заключительную речь модератора;
- оснащение помещения стандартным оборудованием (аудио- видеотехникой), а также мультимедийными средствами с целью поддержания деловой и творческой атмосферы;
- консультирование участников (позволяет выработать у большинства участников определенные убеждения, которые в дальнейшем будут ими отстаиваться);
- подготовка необходимых материалов (на бумажном или электронном носителях): это могут быть статистические данные, материалы экспресс-опроса, проведенного анализа имеющейся информации с целью обеспечения участников и слушателей «круглого стола»

II Дискуссионный этап состоит из:

1. выступления модератора, в котором дается определение проблем и понятийного аппарата (тезауруса), устанавливается регламент, правила общей технологии занятия в форме «круглого стола» и информирование об общих правилах коммуникации.

2. К общим правилам коммуникации относятся рекомендации:

- -избегай общих фраз;
- - ориентируйся на цель (задачу);
- - умей слушать;
- - будь активен в беседе;
- - будь краток;
- - осуществляй конструктивную критику;
- - не допускай оскорбительных замечаний в адрес собеседника.
- Ведущий должен действовать директивно, жестко ограничивая во времени участников «круглого стола».

3. проведения «информационной атаки»: участники высказываются в определенном порядке, оперируя убедительными фактами, иллюстрирующими современное состояние проблемы.

4. выступления дискуссионщиков и выявления существующих мнений на поставленные вопросы, акцентирования внимания на оригинальные идеи. С целью поддержания остроты дискуссии рекомендуется формулировать дополнительные вопросы:

5. ответов на дискуссионные вопросы;

6. подведения модератором мини-итогов по выступлениям и дискуссии: формулирование основных выводов о причинах и характере разногласий по исследуемой проблеме, способах их преодоления, о системе мер решения данной проблемы.

III Завершающий (постдискуссионный) этап включает:

- подведение заключительных итогов ведущим;
- выработку рекомендаций или решений;
- установление общих результатов проводимого мероприятия.

Круглый стол по дисциплине

1 Тема «Государственное регулирование инновационной деятельности»

2 Концепция игры: Обсуждаются проблемы государственного регулирования инновационной деятельности в мировой практике и в Российской Федерации, влияние госрегулирования инноваций на развития туриндустрии.

3 Роли: Ведущий (преподаватель), студенты выступают в качестве представителей государственных структур и турбизнеса.

4 Ожидаемый (е) результат (ы) - В процессе обсуждения студенты смогли сформировать свое видение проблемы и выразить его.

При подготовке к круглому столу рекомендуется ознакомиться с последними публикациями по данной теме в периодических изданиях и в сети-Internet, знать цели деятельности государственных органов в плане регулирования инновационной деятельности, а также инструментов, позволяющих максимально эффективно осуществлять данный вид деятельности.

3.4 Методические рекомендации по подготовке к мозговому штурму

Цель мозгового штурма – создать новые идеи, получить лучшую идею или лучшее решение, а так же поиск как можно более широкого спектра направлений решения задачи.

Основной задачей метода мозгового штурма является выработка (генерирование) возможно большего количества и максимально разнообразных по качеству идей, пригодных для решения поставленной проблемы.

Чтобы за короткий промежуток времени получить большое количество идей, к решению привлекается целая группа людей, которая, как единый мозг, штурмует поставленную проблему. Их, как правило, собирают в одну комнату на один-два часа. Оптимальными считаются группы в 7—11 человек.

Метод включает следующие шаги:

- 1) Выбирается объект (тема);
- 2) Составляется список основных характеристик или частей объекта;
- 3) Для каждой характеристики или части перечисляются ее возможные исполнения;
- 4) Выбираются наиболее интересные сочетания возможных исполнений всех частей объекта.

1. Подготовка занятия.

Необходимо сформировать группу генераторов идей (как правило, 5-10 человек).

Это должны быть творческие люди, студенты, обладающие подвижным, активным умом. Требуется создать экспертную группу, которой предстоит подвергнуть анализу все выдвинутые идеи и отобрать лучшие. На практике нередко сами генераторы, завершив выдвижение идей, выступают как эксперты.

За день-два до штурма нужно раздать участникам оповещение о штурме с кратким описанием темы и задачи. Возможно, кто-то придёт с готовыми идеями.

Следует подготовить всё необходимое для записи идей и демонстрации списка.

Варианты:

Доска и мел

Листы бумаги на планшетах и фломастеры

Разноцветные стикеры

Ноутбук в связке с проектором

2. Вступление. Требуется назначить ведущего мозгового штурма. В большинстве случаев ведущий известен изначально, он и организует мозговой штурм. Желательно, выбрать одного или двух секретарей, которые будут фиксировать все идеи.

Назначить продолжительность первого этапа. Участники должны знать, что время ограничено, и им необходимо выдать как можно больше идей в сжатые сроки. Это активизирует, заставляет выложиться.

Так же нужно поставить задачу. Что конкретно нужно получить в результате мозговой атаки? Записать задачу так, чтобы она всё время была на виду. Участники должны чётко представлять, зачем они собрались и какую проблему собираются решить. В мозговой атаке приветствуется сумятица идей, но не сумятица задач.

3. Основная часть. Использование методики «мозговой штурм» стимулирует группу студентов к быстрому генерированию как можно большего вариантов ответа на вопрос.

На первом этапе проведения «мозгового штурма» группе дается определенная проблема для обсуждения, участники высказывают по очереди любые предложения в точной и краткой форме, ведущий записывает все предложения (на доске, плакате) без критики их практической применимости.

На втором этапе проведения «мозгового штурма» высказанные предложения обсуждаются. Группе необходимо найти возможность применения любого из высказанных предложений или наметить путь его усовершенствования. На данном этапе возможно использование различных форм дискуссии.

На третьем этапе проведения «мозгового штурма» группа представляет презентацию результатов по заранее оговоренному принципу:

- самое оптимальное решение,
- несколько наиболее удачных предложений;
- самое необычное решение и т.п.

Для проведения «мозгового штурма» возможно деление участников на несколько групп: генераторы идей, которые высказывают различные предложения, направленные на разрешение проблемы; критики, которые пытаются найти отрицательное в предложенных идеях; аналитики, которые будут привязывать выработанные предложения к конкретным реальным условиям с учетом критических замечаний и др.

При решении простых проблем или при ограничении по времени наиболее подходящая продолжительность обсуждения - 10-15 минут. Ведущий мозговой атаки:

Ведущий (фасилитатор, модератор) поочередно даёт слово генераторам идей, чтобы они не галдели все одновременно. Следит, чтобы все участники штурма имели равную возможность

высказаться.

Ведущий может вносить свои идеи наравне со всеми. Корректно, но решительно пресекает критику идей, которая почти всегда произвольно возникает, особенно поначалу.

Типичные фразы idea killers (убийц идей), и как на них нужно отвечать:

- Из этого ничего не выйдет.
- «Конечно, если не развивать эту идею, из неё ничего не получится».
- Это не работает
- «Но идея ведь неплохая?»
- Это чересчур
- «И что?»
- Ну и что в этом оригинального?
- Кто угодно может придумать такое – «Точно!»

Ведущий обеспечивает непрерывность выдвижения идей. Он всеми мерами не допускает зажима «плохих» идей, снимает боязнь участников «ляпнуть что-нибудь не то». Доброжелательность ведущего стимулирует рождение новых идей у членов группы. Но он не должен слишком хвалить даже явно удачные гипотезы, чтобы не нарушить равенство участников штурма.

Ведущий следит за регламентом. Напоминает, сколько времени осталось до конца выступления занятия. Тактично останавливает креатора, который высказывает свою идею дольше полуминуты.

Мозговой штурм – это интенсивный, быстро протекающий творческий процесс. Искусство ведущего мозговой атаки заключается в умении раскрепостить мышление членов творческой группы, вдохновить их на свободное самовыражение.

Рекомендуемая последовательность действий при решении задач «мозгового штурма»:

1. Продумайте все аспекты проблемы. Наиболее важные из них часто бывают так сложны, что для их выявления требуется работа воображения.
2. Отберите подпроблемы для "атаки". Необходимо обратиться к списку всевозможных аспектов проблемы, тщательно проанализировать их, выделить несколько целей.
3. Обдумайте, какие данные могут пригодиться. Когда сформулирована проблема, требуется вполне определенная информация.
4. Отберите самые предпочтительные источники информации.
5. Придумайте всевозможные идеи - "ключи" к проблеме. Эта часть процесса мышления, безусловно, требует свободы воображения, не сопровождаемой и не прерываемой критическим мышлением.
6. Отберите идеи, которые вероятнее всего ведут к решению. Этот процесс связан в основном с логическим мышлением. Акцент здесь делается на сравнительном анализе.
7. Придумайте всевозможные пути для проверки. Часто удается обнаружить совершенно новые способы проверки.
8. Отберите наиболее основательные способы проверки. Принимая решение о том, как лучше проверять, будьте строги и последовательны. Отберите те способы, которые кажутся наиболее убедительными.
9. Представьте себе все возможные области применения. Даже если окончательное решение подтверждено экспериментально, надо иметь представление о том, что может произойти в результате его использования в различных областях. Например, каждая военная стратегия окончательно формируется на основании представления о том, что может сделать неприятель.
10. Дайте окончательный ответ.

Здесь ясно видно чередование творческих, синтезирующих этапов и аналитических, рассудочных. Это чередование расширений и сужений поискового поля присуще всем развитым методам поиска.

4. Выводы (рефлексия). Метод мозгового штурма эффективен:

При решении задач, которые не имеют однозначного решения, и задач, где решения требуются нетрадиционные. Когда необходимо быстро найти выход из критической ситуации.

Везде, где нужно получить много идей за короткое время. Методика мозгового штурма универсальна¹.

Тема для проведения мозгового штурма «Инновации в процессе производства туристического продукта»

Метод мозгового штурма - метод психологической активизации, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать возможно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастических. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания и широко используется во многих организациях для поиска нетрадиционных решений самых разнообразных задач.

Этот подход предполагает применение нескольких правил.

1) **Критика исключается:** на стадии генерации идей высказывание любой критики в адрес авторов идей (как своих, так и чужих) не допускается. Работающие в интерактивных группах должны быть свободны от опасений, что их будут оценивать по предлагаемым ими идеям.

2) **Приветствуется свободный полет фантазии:** студенты должны попытаться максимально раскрепостить свое воображение. Разрешено высказывать любые, даже самые абсурдные или фантастические идеи. Не существует идей настолько несурзных либо непрактичных, чтобы их нельзя было высказать вслух.

3) **Идей должно быть много:** каждого участника семинара просят представить максимально возможное количество идей.

4) **Комбинирование и совершенствование предложенных идей:** на следующем этапе участников просят развивать идеи, предложенные другими, например, комбинируя элементы двух или трех предложенных идей.

На завершающем этапе производится отбор лучшего решения.

¹ Методические рекомендации по интерактивным методам обучения (Режим доступа в интернете: <http://www.pgtu.ru/umo.pgtu.ru>)

Мирошниченко Татьяна Александровна,
Старший преподаватель кафедры международного бизнеса и туризма АмГУ

Инновации в туристской деятельности: сборник учебно-методических материалов
для специальности 43.03.02 – Туризм. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. – 24 с.

Усл. печ. л.