

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт управления и государственной службы
Кафедра туризма и гостиничного дела



УТВЕРЖДАЮ:

Директор Института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский

(подпись)

04 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЧНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

По направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело
Магистерская программа: «Управление гостиничным хозяйством»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Инновационные технологии в гостиничной деятельности» по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело «Управление гостиничным хозяйством» – 34 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Инновационные технологии в гостиничной деятельности» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело» (утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 июня 2017 г. № 558, с изменениями и дополнениями от 17.06.2021).

СОСТАВИТЕЛЬ:

доктор экон. наук, доцент Пяткова Н.П.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры туризма и гостиничного дела «23» 01 2023 г. протокол № 8

Заведующий кафедрой
туризма и гостиничного дела _____ Свиридова Н.Д.

Переутверждена: « » 2023 г., протокол №

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: « » 2023 года, протокол №

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института управления и государственной службы «12» 04 2023 г., протокол № 8.

Председатель учебно-методической
комиссии института

 Резник А.А.

© Пяткова Н.П., 2023 год

© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – заключается в формировании у будущих специалистов индустрии гостеприимства знаний, умений и навыков, позволяющих обеспечить эффективную деятельность предприятий сферы гостеприимства, за счет применения последних инновационных разработок.

Задачами данного курса является получение студентами:

знаний и владение методами оценки эффективности проектов, продвижения продуктов гостеприимства и общественного питания;

умений проектирования объектов профессиональной деятельности с учетом современных технологий и новаций гостеприимства и общественного питания;

навыков внедрения и использования современных технологий и программ индустрии гостеприимства и общественного питания.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Инновационные технологии в гостиничной деятельности» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана. Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: знания принципы развития и закономерности функционирования организации; принципы формализации финансовых целей предприятий и основные критерии их представления; умения разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность; анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; распознавать предпосылки возникновения конструктивных и деструктивных изменений в организации; формировать технико-экономические обоснования и бизнес-планы; навыки реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, администрирование, мотивация и контроль), анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; распознавать предпосылки возникновения конструктивных и деструктивных изменений в организации; формировать технико-экономические обоснования и бизнес-планы.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин: «Управление службой питания в гостинице», «Государственное и региональное управление», «Прогнозирование и планирование деятельности в индустрии гостеприимства» и служит основой для освоения дисциплины «Антикризисное управление в индустрии гостеприимства», «Безопасность в гостинице».

Курс «Инновационные технологии в гостиничной деятельности» является необходимой для освоения универсальной и профессиональных компетенций по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело, а также, самостоятельного занятия научно-исследовательской работой студента и написания выпускной квалификационной работы – магистерской диссертации.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ОПК-1 Способен формировать технологическую концепцию организаций размещения и общественного питания, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-1.2. Организует внедрение технологических новаций и программного обеспечения в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	знать: методы и способы внедрения технологических новаций и программного обеспечения в деятельность организации сферы гостеприимства и общественного питания; уметь: определять меры по внедрению технологических новаций в деятельность организаций сферы сервиса; применять полученные теоретические знания при формировании технологической концепции организаций размещения; владеть: навыками разработки и организации внедрения технологических новаций и программного обеспечения в деятельность организации сферы гостеприимства и общественного питания
ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом отраслевых новаций	ПК-2.1. Проектирует объекты профессиональной деятельности с учетом современных технологий и новаций гостеприимства и общественного питания	знать: основы проектирования в сфере гостеприимства; технологии разработки проектов гостеприимства с учетом отраслевых новаций; методы и способы реализации проектов в сфере гостеприимства. уметь: обосновывать необходимость разработки проектов в сфере гостеприимств; проектировать новые виды услуг и продуктов с учетом современных технологий и новаций на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания; использовать современные методы и технологии продвижения новых услуг и продуктов в сфере гостеприимства владеть:

		навыками практического применения знаний в профессиональной деятельности; навыками организации и контроля деятельности по разработке технологии бизнес обоснования - планов в сфере проектов гостеприимства как предпринимательских решений.
--	--	---

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 (3 зач. ед)	108 (3 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	36	4
Лекции	12	2
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	24	2
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	72	104
Форма аттестации	зачет	зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Теоретические основы инновационной деятельности на гостиничном предприятии. Понятие и сущность инновации в индустрии гостеприимства. Функции инноваций и их классификация. Виды инноваций в гостиничном бизнесе. Специфика организационно-управленческих инноваций в гостиничном бизнесе.

Тема 2. Инновационный подход к управлению эффективностью гостиничного бизнеса. Механизм управления эффективностью гостиничного бизнеса посредством организационно-управленческих инноваций.

Тема 3. Автоматизация и роботизация как инновационный тренд в гостиничных предприятиях и предприятиях общественного питания. Технологические тенденции в индустрии гостеприимства. Инновации в сфере гостиничных технологий.

Тема 4. Планирование и управление инновационной деятельностью в гостиницах и туристских компаниях. Планирование и разработка

инновационных проектов. Управление инновационной деятельностью гостиниц и предприятий общественного питания. Анализ эффективности инновационной деятельности и инвестиционных проектов. Инновационный менеджмент. Инновационный маркетинг. Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства. Методология инновационного менеджмента. Метод инновационного адресного управления эффективностью гостиничного бизнеса.

Тема 5. Международный опыт внедрения и использования инновационных технологий в гостиничной индустрии. Анализ инновационных технологий в международных гостиницах и отелях. Использование инноваций на гостиничном рынке Российской Федерации.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Теоретические основы инновационной деятельности на гостиничном предприятии	2	2
2.	Инновационный подход к управлению эффективностью гостиничного бизнеса	4	
3.	Автоматизация и роботизация как инновационный тренд в гостиничных предприятиях и предприятиях общественного питания	2	
4.	Планирование и управление инновационной деятельностью в гостиницах и туристских компаниях	2	
5.	Международный опыт внедрения и использования инновационных технологий в гостиничной индустрии	2	
Итого:		12	2

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Теоретические основы инновационной деятельности на гостиничном предприятии	4	2
2.	Инновационный подход к управлению эффективностью гостиничного бизнеса	4	
3.	Автоматизация и роботизация как инновационный тренд в гостиничных предприятиях и предприятиях общественного питания	4	
4.	Планирование и управление инновационной деятельностью в гостиницах и туристских компаниях	6	
5.	Международный опыт внедрения и использования инновационных технологий в гостиничной индустрии	4	
Итого:		24	2

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1.	Теоретические основы инновационной деятельности на гостиничном предприятии	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации,	14	20
2.	Инновационный подход к управлению эффективностью гостиничного бизнеса	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации,	14	20
3.	Автоматизация и роботизация как инновационный тренд в гостиничных предприятиях и предприятиях общественного питания.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации	14	20
4.	Планирование и управление инновационной деятельностью в гостиницах и туристских компаниях.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации,	14	22
5.	Международный опыт внедрения и использования инновационных технологий в гостиничной индустрии	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации,	16	22
Итого:			72	104

4.6. Курсовые работы/проекты по дисциплине «Инновационные технологии в гостиничной деятельности» не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Формы контроля освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- письменные домашние задания;
- практические задания;
- устный опрос.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы и методы контроля, позволяющие оценить результаты обучающихся по данной дисциплине.

Промежуточная аттестация по результатам освоения дисциплины проходит в форме письменного зачета – зачета с оценкой (включает в себя ответ на тестовые задания). Студенты, выполнившие 75% текущих и контрольных мероприятий на «отлично», а остальные 25 % на «хорошо», имеют право на получение итоговой отличной оценки.

В экзаменационную ведомость и зачетную книжку выставляются оценки по национальной шкале, приведенной в таблице.

Шкала оценивания (зачет с оценкой)	Характеристика знания предмета и ответов	Зачеты
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	не зачтено

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Третьякова Т.Н. Теория и методология инновационной деятельности в гостиничном деле: учебное пособие / Т.Н. Третьякова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 92 с

2. Бедяева, Т.В. Инновации в управлении гостиничным предприятием на современном этапе/ Т.В. Бедяева, А.И. Барлова// Проблемы современной экономики. – 2017. № 2(62). – С. 207–209.

3. 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, 2017 – 326 с.

4. Рубцова Н.В. Инновации в индустрии гостеприимства // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Том 10. – № 1. – С. 457-466. – doi: 10.18334/vines.10.1.100664.

б) дополнительная литература

1. Тебекин А. В. Инновационный менеджмент. Учебник [Электронный ресурс] / А. В. Тебекин. - М.: ЮРАЙТ, 2012. - 477 с. - Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89993> (основная литература)

2. Аверченков В. И., Ваинмаер Е. Е. Инновационный менеджмент: учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] / В. И. Аверченков, Е. Е. Ваинмаер. - М.: Флинта, 2011. - 293 с. - Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93262>

3. Кузнецов Б. Т., Кузнецов А. Б. Инновационный менеджмент. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Б. Т. Кузнецов, А. Б. Кузнецов. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 365 с. - Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115012>

4. Дармилова Ж. Д. Инновационный менеджмент. Учебное пособие для бакалавров [Электронный ресурс] / Ж. Д. Дармилова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 168 с. - Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/index.php?> (

в) методические рекомендации:

1. Методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе по учебной дисциплине ««Инновационные технологии в гостиничной деятельности»» для магистрантов 5 курса направления подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело» (магистерская программа «Управление гостиничным хозяйством») / Н.П. Пяткова, доктор экон. наук, доцент.

2. Методические указания для выполнения контрольных работ по учебной дисциплине «Инновационные технологии в гостиничной деятельности» для магистрантов 5 курса направления подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело» (магистерская программа «Управление гостиничным хозяйством») заочной формы обучения / Н.П. Пяткова, доктор экон. наук, доцент.

г) интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/>

2. Справочная правовая система «Консультант Плюс» – Режим доступа: URL: <https://www.consultant.ru/sys/>

3. Научная библиотека имени А. Н. Коняева – Режим доступа: URL: <http://biblio.dahluniver.ru/>

8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Инновационные технологии в гостиничной деятельности» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

9. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Инновационные технологии в гостиничной деятельности»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ОПК - 1 Способен формировать технологическую концепцию организаций размещения и общественного питания, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Пороговый	знать: методы и способы внедрения технологических новаций и программного обеспечения в деятельность организации сферы гостеприимства и общественного
Основной		Базовый	уметь: определять меры по внедрению технологических новаций в деятельность организаций сферы сервиса; применять полученные теоретические знания при формировании технологической концепции организаций размещения
Заключительный		Высокий	владеть: навыками разработки и организации внедрения технологических новаций и программного обеспечения в деятельность организации сферы гостеприимства и общественного питания
Начальный		Пороговый	знать: основы проектирования в сфере гостеприимства; технологии разработки проектов гостеприимства с учетом отраслевых новаций; методы и способы реализации проектов в сфере гостеприимства.

Основной	ПК-2 Способен управлять реформированием и реструктуризацией деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	Базовый	уметь: обосновывать необходимость разработки проектов в сфере гостеприимств; проектировать новые виды услуг и продуктов с учетом современных технологий и новаций на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания; использовать современные методы и технологии продвижения новых услуг и продуктов в сфере гостеприимства
		Высокий	владеть: навыками практического применения знаний в профессиональной деятельности; навыками организации и контроля деятельность по разработке технологии бизнес обоснования - планов в сфере проектов гостеприимства как предпринимательских решений.

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины.

№ п/ п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
--------------	-----------------	---	---	-------------------------	---------------------------------------

1	ОПК-1	Способен формировать технологическую концепцию организаций размещения общественного питания, организовывать внедрение технологических новаций программного обеспечения деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-1.2. Организует внедрение технологических новаций и программного обеспечения деятельности организации сферы гостеприимства и общественного питания	Тема 1. Теоретические основы инновационной деятельности на гостиничном предприятии. Тема 2. Инновационный подход к управлению эффективностью гостиничного бизнеса. Тема 3. Автоматизация и роботизация как инновационный тренд в гостиничных предприятиях и предприятиях общественного питания. Тема 4. Планирование и управление инновационной деятельностью в гостиницах и туристских компаниях.	3
---	--------------	--	---	--	---

2.	ПК-2	Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом отраслевых новаций	ПК-2.1. Проектирует объекты профессиональной деятельности с учетом современных технологий и новаций гостеприимства и общественного питания	Тема 1. <i>Теоретические основы инновационной деятельности на гостиничном предприятии.</i> Тема 2. <i>Инновационный подход к управлению эффективностью гостиничного бизнеса.</i> Тема 3. <i>Автоматизация и роботизация как инновационный тренд в гостиничных предприятиях и предприятиях общественного питания.</i> Тема 4. <i>Планирование и управление инновационной деятельностью в гостиницах и туристских компаниях.</i> Тема 5. <i>Международный опыт внедрения и использования инновационных технологий в гостиничной индустрии.</i>	3
----	-------------	---	---	--	---

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ОПК – 1 Способен формировать технологическую концепцию организаций размещения и общественного питания, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-1.2. Организует внедрение технологических новаций и программного обеспечения в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	знать: методы и способы внедрения технологических новаций и программного обеспечения в деятельность организации сферы гостеприимства и общественного питания; уметь: определять меры по внедрению технологических новаций в деятельность организаций сферы сервиса; применять полученные теоретические знания при формировании технологической концепции организаций размещения; владеть: навыками разработки и организации внедрения технологических новаций и программного обеспечения в деятельность организации сферы гостеприимства и общественного питания	Тема 1. <i>Теоретические основы инновационной деятельности на гостиничном предприятии.</i> Тема 2. <i>Инновационный подход к управлению эффективностью гостиничного бизнеса.</i> Тема 3. <i>Автоматизация и роботизация как инновационный тренд в гостиничных предприятиях и предприятиях общественного питания.</i> Тема 4. <i>Планирование и управление инновационной деятельностью в гостиницах и туристских компаниях.</i>	тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)

2.	ПК – 1 Способен разрабатывать проекты в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом отраслевых новаций	ПК-2.1. Проектирует объекты профессиональной деятельности с учетом современных технологий и новаций гостеприимства и общественного питания	знать: основы проектирования в сфере гостеприимства; технологии разработки проектов гостеприимства с учетом отраслевых новаций; методы и способы реализации проектов в сфере гостеприимства. уметь: обосновывать необходимость разработки проектов в сфере гостеприимств; проектировать новые виды услуг и продуктов с учетом современных технологий и новаций на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания; использовать современные методы и технологии продвижения новых услуг и продуктов в сфере гостеприимства владеть: навыками практического применения знаний в профессиональной деятельности; навыками организации и контроля деятельность по разработке технологии бизнес обоснования - планов в сфере проектов гостеприимства как предпринимательских решений.	Тема 1. <i>Теоретические основы инновационной деятельности на гостиничном предприятии.</i> Тема 2. <i>Инновационный подход к управлению эффективностью гостиничного бизнеса.</i> Тема 3. <i>Автоматизация и роботизация как инновационный тренд в гостиничных предприятиях и предприятиях общественного питания.</i> Тема 4. <i>Планирование и управление инновационной деятельностью в гостиницах и туристских компаниях.</i> Тема 5. <i>Международный опыт внедрения и использования инновационных технологий в гостиничной индустрии.</i>	тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)
----	---	---	---	---	---

1. Типовые тестовые задания (пороговый уровень)

В заданиях необходимо выбрать правильный (ые) вариант(ы) ответа(ов).

1. Согласно ГОСТ Р 51185-2014 средство размещения это:

- 1) имущественный комплекс, в котором расположены одна или несколько оборудованных жилых комнат/помещений, предназначенных для размещения и временного проживания туристов.
- 2) предприятие предоставляющее туристам условия и удобства для отдыха, сна и гигиены.
- 3) организация/юридическое лицо, предоставляющие услуги средств размещения на собственной или арендованной материальной базе.

2. Согласно ГОСТ Р 51185-2014 к малым средствам размещения относятся отели с:

- 1) номерным фондом до 5 номеров;
- 2) номерным фондом от 5 до 15 номеров;
- 3) номерным фондом от 16 до 50 номеров;
- 4) номерным фондом до 100 номеров.

3. Сегментация рынка гостиничных услуг это:

- 1) определение потребностей потенциальных гостей и места конкретных гостиничных продуктов на рынке по отношению к уже существующим продуктам;
- 2) процесс его разделения на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные продукты и комплексы маркетинга;
- 3) это наиболее подходящая и выгодная для отеля группа потребителей, на которых будет сконцентрирована маркетинговая активность;
- 4) поиск постоянного покупателя, обеспечивающего наиболее выгодные условия продажи услуг отеля.

4. Современными тенденциями на российском рынке гостиничных услуг являются:

- 1) усиление государственного контроля за качеством предоставляемых услуг и государственное финансирование процессов продвижения гостиничных услуг на внутреннем и международном рынке;
- 2) рост количества средств размещения и снижение качества гостиничных услуг;
- 3) вытеснение с рынка отечественных производителей гостиничных услуг за счет расширения деятельности международных гостиничных цепей;
- 4) рост количества средств размещения и повышение качества гостиничных услуг в соответствии с уровнем определенным системой классификации.

5. К компьютерным системам управления отелем относятся:

- 1) Amadeus;
- 2) Fidelio;
- 3) Эдельвейс;
- 4) Galileo;
- 5) Sabre;
- 6) Epitome.

6. Особенности процесса управления гостеприимством:

- 1) осуществляется непрерывно во времени и пространстве;
- 2) устойчивость;
- 3) динамичность;
- 4) это целенаправленный процесс, требующий глубокого анализа;
- 5) импульсивность;

6) адресность.

7. Автоматизированная система управления отелем позволяет:

- 1) осуществлять бухгалтерский учет проводимых операций;
- 2) хранить данные о гостях отеля;
- 3) контролировать плановые и фактические доходы отеля;
- 4) осуществлять бронирование номеров;
- 5) рассчитывать себестоимость номера;
- 6) контролировать чистоту номеров и исправность размещенного в нем оборудования.

8. В инновационной деятельности используются способы вознаграждения такие как ...

9. В основе модели «технологического толчка» лежит ...

10. Действия, на которые, прежде всего, должна быть направлена инновационная деятельность гостиничного предприятия.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	85 -100% правильных ответов
4	71-85% правильных ответов
3	61-70% правильных ответов
2	60% правильных ответов и ниже

2. Индивидуальные задания (пороговый уровень)

- 1) Предпосылки внедрения инноваций в индустрию гостеприимства
- 2) Виды инноваций в гостиничной деятельности
- 3) Информационные технологии в управлении отелями
- 4) Инновации при управлении продажами
- 5) Инновации в обеспечении комфорта и безопасности клиентов
- 6) Инновационные технологии в продвижении гостиничного продукта
- 7) Инновационные экотехнологии
- 8) Маркетинговые технологии
- 9) Инновационные модели в гостиничной деятельности
- 10) Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства
- 11) Инструменты контроля и регулирования менеджмента предприятий гостеприимства
- 12) Отличительные черты инновационного маркетинга и маркетинга инноваций
- 13) Инновационное проектирование в индустрии гостеприимства

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«Индивидуальное задание»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Индивидуальное задание представлено на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Индивидуальное задание представлено на среднем уровне

	(студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Индивидуальное задание представлено на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Индивидуальное задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

3. Разноуровневые задания (работа с кейсами) и тестовые задания (базовый уровень)

3.1. Работа с кейсами

Рекомендации для работы с кейсом

Внимательно прочитайте кейс. Выделите абзацы, которые вам показались важными. Читая, не пытайтесь сразу делать выводы.

Еще раз внимательно прочитайте информацию. Выделите ключевую информацию, позволяющую сформулировать ответы на поставленные вопросы.

Постарайтесь охарактеризовать ситуацию. Сфокусируйте внимание на ключевой информации.

Вспомните дополнительный материал, который имеет отношение к данной теме и позволит сформулировать более полные ответы. Обратитесь к литературным источникам и электронным ресурсам. Не бойтесь информации, которая вам показалась излишней – на практике также важно уметь сконцентрировать внимание на важном, оставив в тени второстепенное.

Алгоритм работы

Работа с кейсом состоит из следующих основных этапов:

1. Ознакомление с ситуацией.
2. Анализ информации.
3. Выявление проблем и их оценка.
4. Формулировка альтернативных решений.
5. Оценка решений и выбор оптимального варианта.
6. Подготовка итогового решения.
7. Оформление презентации.
8. Обсуждение решения и подведение итогов.

Результаты работы могут быть представлены в текстовой форме или в форме презентации, в том числе нескольких членов команды (при групповой форме работы).

Кейс 1. Стратегии инновационного развития бизнеса в компании

Swissotel Hotel & Resorts – сеть из 28 отелей категории пять звезд, расположенных в крупных городах мира]. Сеть была образована швейцарской авиакомпанией Swissair, в 2001 году продана и теперь входит в состав Raffles Holdings Limited – структурного подразделения Singapore Exchange Securities Trading Limited. Этой компании принадлежат около 12 тыс. гостиничных номеров в 35 странах. Открывшийся в 2005 г. в Москве Swissotel стал первым отелем этой международной сети в Восточной Европе.

Генеральный директор Swissotel М.Хук планирует окупить его за полтора года, а не за семь–восемь лет, как многие другие гостиницы в России. Своими планами о развитии бизнеса М.Хук поделился с корреспондентом журнала Секрет фирмы.

Журналист: Сейчас в столице ведется строительство 40 гостиниц, то есть очевидно, что вскоре конкурентная ситуация на рынке обострится. Вы решили открыть здесь свой отель, насколько это правильно?

М.ХУК: Мы давно изучали возможности по запуску отеля в Восточной Европе вообще и в России в частности. Наша сеть достаточно неплохо себя чувствует на европейском рынке. При этом один из пунктов нашей стратегии – наращивание бизнеса за счет развивающихся рынков. Наша следующая цель в России – открыть гостиницу в Петербурге.

Журналист: Swissotel – сеть исключительно пятизвездочных отелей. В Москве уже работает немало таких отелей, при том, что налицо дефицит в другом сегменте – гостиниц три звезды.

М.ХУК: Я знаю об этом тренде. В Москве, как, впрочем, и во многих других мировых мегаполисах, существует угроза перенасыщения рынка пятизвездочными отелями. Однако, если здесь появятся еще несколько таких отелей, это не станет проблемой для других игроков. Мы уверены, что у сегмента большой потенциал и отличные долгосрочные перспективы. Но очевидно, что Россия – это прежде всего рынок трехзвездочных гостиниц. Однако участие Swissotel в менее звездных проектах негативно отразилось бы на нашем брэнде, который издавна ассоциируется с пятью звездами.

Журналист: Известно, что в Варшаве и ряде других европейских городов перенасыщение рынка пятизвездочными отелями привело к тому, что они были вынуждены резко снижать цены и запускать различные программы скидок, чтобы вообще привлечь клиентов. Возможно ли повторение этого тренда в Москве?

М.ХУК: Безусловно, да. Хотя, на мой взгляд, в ближайшие два года этого все–таки не произойдет. И в любом случае запускать дисконтные программы – это политика других сетей, но не Swissotel. Мы ни за что не согласимся на предложение клиентам огромных скидок просто потому, что убеждены: у нас изначально выставлены справедливые и адекватные цены. Безусловно, цены и спрос во многом определяются текущей ситуацией на рынке. И в разных странах нужно вести себя по–разному. Но необходимо четко осознавать, чем обусловлено снижение цен – стратегией развития или просто паникой.

Журналист: Как же вы тогда компенсируете отсутствие спроса?

М.Хук: Варианты могут быть самые разные, но, как правило, стоит просто сменить приоритеты в бизнесе. Мы можем улучшить свой сервис, сделать его еще более эксклюзивным. К примеру, по той же цене наши клиенты получают более хороший номер или больше услуг. Специфика рынка пятизвездочных гостиниц заключается в том, что наша целевая аудитория так или иначе готова платить по заявленным ценам. У этих людей деньги есть. Просто в какие–то периоды времени они не хотят их тратить – на те или иные вещи по тем или иным причинам. К примеру, они боятся терактов и просто не путешествуют. И нужно снова разжечь в них интерес.

Журналист: Сколько вы инвестировали в запуск отеля в России?

М.ХУК: Мы ничего не вложили и не собираемся этого делать. Стратегия общемировой экспансии Raffles Holdings, в состав которого входит наша сеть, заключается в том, что мы не приобретаем отели, а только управляем ими. У нас в собственности есть несколько отелей, но все они были приобретены 10–20 лет назад. Теперь мы расширяем свой бизнес исключительно за счет заключения менеджерских контрактов.

Журналист: Чем объясняется такая стратегия? Это своего рода страховка – ничего не вкладывая, вы ничего и не теряете?

М.ХУК: И да, и нет. С одной стороны, мы действительно не рискуем собственным капиталом на новом для себя рынке. А с другой – мы просто работаем по контракту с владельцами отеля и перед нами устанавливаются жесткие обязательства. Если в двух словах, мы должны сделать отель успешным. Если успех не приходит, значит, это наша вина, и нас наказывают штрафными санкциями.

Задания:

1. Назовите особенности менеджмента в компании Swissotel Hotel & Resorts, позволяющие снизить срок окупаемости гостиниц до полутора лет.

2. Какой стратегии инновационного развития бизнеса придерживается компания Swissotel Hotel & Resorts?

3. Какие инновационные методы управления бизнесом реализует эта компания? 4. Сформулируйте цель, задачи и миссию компании Swissotel Hotel & Resorts.

Кейс 2. Инновационное управление сетевыми отелями Marriott International

В сетевых компаниях контролировать персонал особенно сложно, тем более, если бизнес развивается по франчайзингу. Однако компании Marriott International как-то удается решать эту задачу – и это с ее 3 тыс. отелей и более 150 тыс. сотрудников по всему миру.

Marriott Int. владеет брэндами Marriott Hotels and Resorts, Renaissance Hotels and Resorts, Ritz–Carlton и др. У компании есть четкие сервисные стандарты, единые во всех странах. Их разработал еще основатель – Уиллард Марриотт. В частности, базовые ценности компании выражает слоган Spirit to Serve, что можно перевести как дух обслуживания.

Согласно политике Marriott, качественный сервис начинается с сотрудников. Чем лучше компания будет относиться к своим сотрудникам, тем лучше они будут относиться к клиентам, – объяснял Уиллард Марриотт. Кстати, основатель Wal–Mart Сэм Уолтон тоже считал, что требуется всего неделя–другая, чтобы продавцы стали обращаться с покупателями точно так же, как с ними обращается их работодатель.

Благодаря такому подходу Marriott Int. регулярно входит в рейтинг лучших работодателей журнала Fortune. Менеджер по обучению персонала московского Marriott Grand Hotel В.Котлярова подчеркивает, что вежливые и дружелюбные отношения между сотрудниками, а также между руководителями и подчиненными – отличительная черта Marriott. Ей есть с чем сравнивать. Виктория училась гостиничному бизнесу в Швейцарии, а потом пришла работать в крупную иностранную компанию, тоже всемирно известный брэнд. И почти сразу ушла оттуда. Нельзя строить сотрудников в служебных помещениях, а потом ожидать, что они выйдут к гостям и будут улыбаться, – объясняет Виктория Котлярова.

Корреспонденту журнала «Секрет фирмы» (СФ) довелось побывать в Италии и лично понаблюдать за работой персонала в двух отелях Marriott, открытых по франшизе, а также в еще одной гостинице, которая готовится получить лицензию на эту марку.

Интересно, что итальянский гостиничный сервис в целом оставляет желать лучшего – об этом честно пишут даже в путеводителях. Считается, что люди едут сюда знакомиться с историей и архитектурой, делать покупки, поэтому готовы мириться с недостатками гостиниц. Но в итальянских Marriott с недостатками не мирятся.

Отель Rome Marriott Park Hotel расположен в пригороде Рима, в 14 км от центра. Огромный светлый холл, во всю стену – картина, изображающая панораму Вечного города. В службе приема гостей задаю провокационный вопрос: кому принадлежит отель?

Стажер Карло смущенно улыбается: он еще не в курсе. Его коллега с русским именем Таня отвечает уклончиво: Одному человеку. Я не могу об этом говорить. Таинственность излишня: владелец отеля Себастьяно Руссотти – человек совершенно открытый. Он носит скромный серый костюм и широкий галстук в полоску, а седые локоны делают его похожим на Альберта Эйнштейна. Подчиненные уважительно называют его *Ingegnere Russotti* – в Италии принято обращаться к человеку согласно полученному им диплому. Руссотти, кстати, сам и проектировал Marriott Park Hotel.

Бизнес Руссотти – традиционно семейный. Управлять компанией Russottifinance SpA ему помогают жена, дети, внуки, племянники, в общей сложности восемь человек. Мой дедушка был строителем, он строил дома еще в начале XX века, – рассказывает Руссотти. В последние 11 лет компания Russottifinance является франчайзи Marriott Int.

Руссотти принадлежат два отеля Marriott в Риме и Милане, а скоро к ним присоединится третий. В этом году Russott Hotel в городке Джардини-Наксос (Сицилия) получит лицензию и новое имя Marriott.

Работать с международной сетью предпринимателям выгодно: они получают узнаваемую марку, систему глобального бронирования, маркетинговую поддержку. При этом ценовую политику хозяин отеля–франчайзи определяет самостоятельно. Но за мировой брэнд приходится платить: комиссия, по словам Руссотти, составляет 12–14% от оборота.

Главное же – отели должны соответствовать стандартам сети Marriott. Владельцы брэнда это жестко контролируют. Раз в год в гостиницу приезжает таинственный гость – никем не узнанный инспектор. Он посещает все сервисы отеля и фиксирует, в каком состоянии обстановка в отеле, улыбается ли ему персонал, через сколько минут подали блюдо и т. п. К услугам инспектора общая компьютерная база, где собраны отзывы клиентов Marriott со всего мира. В конце концов инспектор снимает маску, представляется директору и получает доступ к служебным помещениям. По итогам визита отель получает оценки – нужно набрать минимум 75 баллов из 100. Если отель три раза подряд не наберет 75 баллов, у владельца будут проблемы. А про директора можно сказать, что его карьера закончилась, – рассказывает генеральный директор отеля Russott Hotel Исидоро диФранко.

Исидоро знает, что говорит: он 17 лет проработал в Marriott в разных странах, сначала мыл тарелки, но сумел вырасти до гендиректора. Несколько лет назад компания Russottifinance пригласила его для запуска отеля Rome Marriott Park Hotel. А сейчас диФранко занят новым проектом на Сицилии – готовит Russott Hotel в Джардини-Наксос к переходу на стандарты работы Marriott.

Сделать из обычной гостиницы, пусть даже неплохой, отель уровня Marriott не так-то просто. Так, в Russott Hotel нужно отремонтировать кон-гресс-центр и бассейн, подготовить к открытию SPA-салон. Но вопрос с персоналом важен ничуть не менее.

Мы сидим на веранде ресторана Panarea в Russott Hotel, и ди Франко объясняет, что должны знать и уметь сотрудники Marriott. Во-первых, говорить по-английски. Но в Италии невозможно просто уволить работника за незнание языка: его защищает закон.

Выход – организовать на рабочих местах курсы английского.

Вторая проблема практически вечная – найти людей, способных работать в сфере обслуживания. Открывая в свое время Rome Marriott Park Hotel, Исидоро ди Франко лично изучил около 900 резюме: Отбирал сначала по фото – фотография очень много

значит. А вот опыт работы в гостиницах не так важен. У половины кандидатов его не было, но они смогли доказать, что хотят работать в Marriott.

Как ни банально, но в сфере обслуживания надо уметь улыбаться. Улыбка заразительна, это самое важное в гостиничном бизнесе, – говорит Исидоро, картинно собирая пальцы обеих рук в щепоть. – Но не у всех получается. И правда, если улыбнутся/сто человек, то далеко не каждая улыбка вызовет доверие.

Хотите, покажу эксперимент? – спрашивает гендиректор. Он вскакивает, подходит к девушке за соседним столиком, трогает ее за плечо и широко ей улыбается. И получает такую же улыбку в ответ. Вот! Она не знает, что я от нее хочу, но улыбнулась. Таким и должен быть сотрудник, например на ресепшн, – заключает довольный собой Исидоро.

Этот невысокий черноглазый итальянец излучает такое дружелюбие, что мало кто не подпадет под его обаяние. Впрочем, в Италии с доброжелательностью вообще намного лучше, чем в России.

– Хамство, нелюбезность? – переспрашивает генеральный директор Института туризма города Таормина Луиджи Наполи, словно слышит эти слова впервые. – Что вы, у нас такой проблемы нет. Итальянцы, особенно сицилийцы, очень открыты. Они не просто стараются быть вежливыми – людям нравится общаться, они так развлекаются.

– Тогда, может, проблема с персоналом в Италии в том, что люди расслабленные и медленно работают?

– Си, – соглашается Луиджи. Ну, если итальянцев невозможно приучить работать быстро, может, тогда лучше расслабиться и получать удовольствие вместе с ними? Нет, в итальянских Marriott иначе смотрят на эту проблему.

Я встречался с менеджерами других сетей, и все они считают, что отличие между нашими компаниями именно в тренингах, – говорит Исидоро ди Франко.

Система обучения в Marriott включает несколько направлений. Первое – вводное занятие для новых сотрудников, на это уходит три дня. Людей знакомят с компанией и ее историей, основами корпоративной культуры, с техникой безопасности и т. п. Кроме того, в течение первых трех месяцев проводится программа адаптации новичков.

Во-вторых, сотрудников постоянно учат на рабочих местах. Тем, кто занят непосредственно обслуживанием гостей, преподают технологии работы в сфере гостеприимства, стресс-менеджмент, телефонный этикет и т. д. А менеджеры обучаются основам управления. Например, сертифицированные тренеры Marriott проводят тренинг Семь навыков высокоэффективных людей по Стивену Кови.

Программы обучения являются стандартными, хотя и не жесткими – каждый франчайзи может их адаптировать и добавлять что-то свое. Помимо обучения у сотрудников Marriott есть еще один важный стандарт – маленькая книжечка с девизами.

Это правила поведения по отношению к гостям и отелю, разработанные в штаб-квартире.

Девизы меняются каждый день, и всего их 20 – по одному на каждый рабочий день месяца (для субботы и воскресенья лозунгов не предусмотрено).

В Милане директор Marriott Milan Санто Альба достал из кармана книжечку:

Сегодняшний девиз – Я с гордостью представляю отель Marriott. По такому же девизу в этот день живут сотрудники всех отелей Marriott в мире. Лозунги для других дней звучат не менее пафосно: Я радушно встречаю каждого клиента, Я умею работать в команде и т.п. Каждый день в отелях Marriott начинается с 15-минутного собрания, где сотрудникам на-поминают девиз дня, а по уик-эндам проводится разбор прошедшей недели. Обычно персонал относится к подобным лозунгам скептически. Но, как уверяют менеджеры Marriott, со временем жизнь по девизу входит в привычку. Виктория

Котлярова из московского Grand Hotel Marriott поясняет: Девизы дня – это не просто лозунг. Мы разьясняем, что они обозначают и как их выполнять. Например, девиз Я предугадываю желания гостя означает, что сотрудник должен обращать особое внимание на настроение гостя, слушать его.

Менеджеры Marriott и сами подают пример в обслуживании гостей. В день, когда нужно было с гордостью представлять отель Marriott, господин Альба приехал встречать журналистов в аэропорт.

– Вы всегда лично встречаете гостей или только в этот день? – спрашиваю я директора Marriott Milan.

– Аллоре, – отвечает Санто Альба, что по-итальянски переводится как послушай или вообще никак не переводится. – Я, конечно, не езжу все время в аэропорт, иначе купил бы себе такси и стал таксистом. Просто директор должен подавать пример всем остальным сотрудникам, создавать атмосферу.

Возможно, благодаря такой атмосфере шеф-повар Marriott Milan Клаудио Сфиллер тоже нам с гордостью представлял рецепт своего фирменного десерта Ягодная симфония.

А метрдотель не ходил, а словно парил над столами и явно получал удовольствие от своего полета не меньшее, чем гости от сервиса.

Гостеприимство – бизнес стрессовый: там, где речь идет об услугах, всегда возникают и проблемы с клиентами. Чтобы решать их оперативно, в Marriott существует дьюти-менеджер – дежурный. А в особых случаях сотрудники звонят прямо директору.

Мой сотовый включен даже ночью, – признается Санто Альба. И вспоминает, как однажды ему позвонил новый сотрудник с ресепшн. В два часа ночи к нему подошел подвыпивший гость и потребовал проститутку. Парень растерялся, а разгоряченный клиент стал осыпать его оскорблениями. Тогда я по телефону сказал этому гостю, что мы уже приготовили ему такси и выписали счет, он должен уехать в другой отель, – вспоминает директор. – Через пять минут клиент остыл, перезвонил и сказал, что хочет остаться.

Чтобы умело действовать в сложных ситуациях, в Marriott существует своя технология работы с жалобами. Алгоритм простой и легко запоминается, он называется LEARN: Listen (выслушай), Empathize (сочувствуй), Apologize (извинись), React (предложи решение проблемы) и, наконец, Notify (сообщи о решении). Даже если жалоба необоснованная, сотрудник все равно должен выслушать гостя, извиниться и вежливо разьяснить ситуацию. Скажем, если человеку не нравится музыка, которая звучит в холле, с ним можно это обсудить, но это не значит, что ее будут менять.

У сотрудников Marriott есть полномочия решать ряд проблем самостоятельно. Так, если электронный ключ не открывает дверь, в результате чего уставший гость вынужден снова спускаться на ресепшн, то сотрудник отеля может по личной инициативе компенсировать гостю негативные эмоции – положить в его комнату сладости или пригласить на бесплатный аперитив. Размер компенсации обычно невелик – не более 30 евро. У директора полномочий, естественно, больше. Исидоро ди Франко вспомнил случай, когда в отель приехал человек, чей багаж потеряла авиакомпания. Клиент был очень раздражен и потребовал, чтобы отель предоставил ему предметы первой необходимости. Мы взяли эти расходы на себя, хотя ни в чем не были виноваты, – говорит Исидоро. А вообще, дирек-тор может сделать пребывание гостя в отеле бесплатным, если, конечно, сочтет проблему достаточно серьезной.

Как водится, навыки сотрудников Marriott в решении проблем ценят не только гости, но и другие отели. Их охотно приглашают на более высокие позиции: например, горничную могут взять супервайзером. Правда, с уходом люди утрачивают свой законный

бонус – возможность отдыхать в отелях Marriott по всему миру, платя специальную цену (например, номер стоимостью 350 евро сотрудник может снять за 50–70 евро). Впрочем, они наверняка получают в других компаниях не менее выгодные условия – в подобных программах лояльности для работников сеть Marriott не одинока.

Задание:

1. Установите наиболее значимые элементы инновационного комплекса маркетинга в компании Marriott International.
2. Какую роль играет обслуживающий персонал в этой компании?
3. Назовите инновационные методы контроля за качеством обслуживания в гостиницах Marriott International.
4. Какие инновационные методы управления персоналом являются приоритетными в гостиницах Marriott International?

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «разноуровневые задания и задачи»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
5	Обучающийся полностью и правильно выполнил задание. Показал отличные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Работа оформлена аккуратно в соответствии с предъявляемыми требованиями
4	Обучающийся выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Есть недостатки в оформлении работы
3	Обучающийся выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач
2	Обучающийся выполнил задание неправильно. При выполнении обучающийся продемонстрировал недостаточный уровень знаний, умений и владения ими при решении задач в рамках усвоенного учебного материала

3.2. Тестовые задания (базовый уровень)

1. Инновация в гостиничном деле – это
 - а. набор приёмов и методов по достижению задач гостиницы;
 - б. деятельность, не связанная с научно-техническими разработками;
 - в. конечный результат инновационной деятельности в гостиничном предприятии ;
 - г. услуга на рынке гостиничных услуг.
2. Системный подход в гостиничном менеджменте – это
 - а. учёт отдельных мероприятий данного уровня в системе гостиничного планирования;
 - б. всесторонний анализ последствий проведения рассмотренного мероприятия во всех сферах хозяйственной деятельности гостиницы;
 - в. методы математического анализа, использованные при подготовке хозяйственных решений;

д. все ответы верны

3. Важнейшими управляемыми переменными в гостиничном предприятии являются

- а. работники гостиницы фирмы, ресурсы, цель и задачи, культура и имидж;
- б. строения гостиницы;
- в. внешняя среда;
- г. государственное законодательство.

4. Планирование инноваций в гостиничном предприятии – это

- а. процесс определения инновационного будущего гостиницы;
- б. процесс внедрения нового продукта гостиницы;
- в. рабочая гипотеза инновационной деятельности гостиницы
- г. выбор действий гостиницы по достижению инновационной цели.

5. Относительно внутренней среды инновационная стратегия гостиницы может быть:

- а. продуктовая;
- б. функциональная;
- в. ресурсная;
- г. организационно-управленческая;
- д. ситуационная.

6. Инновационный менеджмент в гостинице:

- а. совокупность методов управления персоналом гостиницы;
- б. совокупность методов и форм управления инновационной деятельностью;
- в. самостоятельная наука.

7. Гостиницы, которые работают на узкий сегмент рынка и удовлетворяют потребности, сформированные под действием моды, рекламы и других средств, - это

- а. пациенты;
- б. виоленты;
- в. коммунтанты.

8. Методами управления инвестиционным риском может быть:

- а. диверсификация;
- б. передача (аутсорсинг);
- в. вероятность возникновения;
- г. хеджирование;
- д. логическое сложение рисков.

9. Выберите из списка то, что относится к субъектам инновационного рынка:

- а. гостиничные предприятия;
- б. гостиничные услуги
- в. фонды
- г. физические лица

10. Относительно внешней среды инновационная стратегия может быть:

- а. наступательная;
- б. оборонительная;
- в. адаптационная;
- г. Ситуационная

Методические рекомендации:

При использовании формы текущего контроля «Тестирование» студентам могут предлагаться задания на бумажном носителе.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	85 -100% правильных ответов
4	71-85% правильных ответов
3	61-70% правильных ответов
2	60% правильных ответов и ниже

4. Практическое (прикладное) задание *(заключительный уровень)*

Задание 1.

Приведите практические примеры следующих видов инноваций:

- 1) инновации в области управления;
- 2) инновации на «входе» в предприятие;
- 3) инновации на «выходе» из предприятия;
- 4) инновации структуры предприятия как системы, то есть ее отдельных элементов;
- 5) инновации-процессы;
- 6) ориентирование на существующие потребности;
- 7) ориентирование на формирование новых потребностей;
- 8) продуктовые инновации;
- 9) производственные инновации;
- 10) реактивные инновации;
- 11) рыночные инновации;
- 12) социальные инновации;
- 13) стратегические инновации;
- 14) технологические инновации;
- 15) торговые инновации;
- 16) экономические инновации.

Задание 2.

Разработайте инновационный проект в соответствии с одной из предлагаемых ниже структур.

Вариант 1

1. Формулирование инновационной идеи;
2. Формулирование конечной цели;
3. Количественная оценка проекта по объемам, срокам и размерам прибыли;
4. Определение путей достижения целей;
5. Определение величины, источников и форм инвестирования;
6. Решения по достижению конечных целей проекта;
7. Сравнительный анализ различных вариантов достижения целей проекта и выбор наиболее жизнеспособного для реализации;
8. Разработка плана реализации проекта, формирование команды проекта с оформлением при необходимости контрактной документации.

Вариант 2

1. Возможности гостиницы (резюме);
2. Определение инновационного проекта;
3. Характеристика товаров (услуг);
4. Рынки сбыта товаров (услуг);
5. Конкуренция на рынках сбыта;

6. План маркетинга;
7. План производства;
8. Организационный план;
9. Юридическое обеспечение проекта;
10. Экономический риск и страхование;
11. Стратегия финансирования;
12. Финансовый план.

Задание 3.

Представьте ответы на следующие теоретические вопросы:

- 1) Технология управления инновационным проектом и программой;
- 2) Методика управления инновационным проектом и программой;
- 3) Модели инновационного процесса.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «практическое задание»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Практические задания выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Практические задания выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Практические задания выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Практические задания выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

5. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Сущность понятий «инновации», «инноватика», «инновационный менеджмент».
2. Типология инноваций в гостиничном бизнесе.
3. Задачи инновационного менеджмента в гостиничном бизнесе.
4. Инновации как «стабилизатор кризисных моментов»
5. Характеристика инновационному процессу.
6. Характеристика кибернетической инновационной модели.
7. Разработка инновационной стратегии развития гостиничного предприятия.
8. Инновации управления качеством в гостиничном предприятии.
9. Характеристика АСУ номерным фондом на примере продукта российского и зарубежного разработчика.
10. Взаимосвязь глобализации социальных процессов с тенденциями развития гостиничных услуг.
11. Характеристика трудовых ресурса в гостиничном предприятии.
12. Инновационные методы мотивации персонала гостиничного предприятия
13. Виды дистрибуции гостиничных услуг.
14. Социальные технологии, используемые в продвижении гостиничных услуг.
15. Технологии в гостиничном деле.
16. Глобальные системы бронирования и центральные сетям бронирования.
17. Инновации , меняющие физические свойства аспектов гостиничной услуги.
18. Современные подходы к разработке сайта гостиницы.

19. Инновационные системы стимулирования сбыта гостиничных услуг.
20. Инновационные методы формирования пакета дополнительных услуг в гостиничном предприятии.
21. Инновационные методы формирования сервисной системы гостиничного предприятия.
22. Организация инженерной системы гостиницы на основе энергосберегающих технологий.
23. Инновационные маркетинговые технологии в гостиничном бизнесе.
24. Типология инновационных рисков в гостиничном бизнесе.
25. Факторы, влияющие на степень риска внедрения новой услуги в гостиничном предприятии.
26. Инновационные подходы к разработке концепции развития гостиницы.
27. Инновационный сегмент рынка бутик-отелей.
28. Новшество и инновация.
29. Рынок новшеств и инноваций.
30. Взаимодействие рынков капитала, новшеств и инноваций.
31. Диффузия инновации.
32. Инновационный процесс.
33. Жизненный цикл инновации.
34. Инновационная сфера.
35. Инновационная стратегия.
36. Источник инновации.
37. Инновационный потенциал предприятия.
38. Инжиниринг и реинжиниринг бизнеса.
39. Жизненный цикл инновации и жизненный цикл продукта.
40. Неожиданное внешнее событие как источник инноваций.
41. Новое знание как источник инноваций.
42. Изменения в структуре отрасли как источник инноваций.
43. Неожиданный успех как источник инноваций.
44. Совершенствование производственного процесса как источник инноваций.
45. Изменения в восприятии потребителей как источник инноваций.
46. Классификация предприятий по инновационным стратегиям.
47. Виды инновационных стратегий.
48. Процессы распространения и диффузии инноваций
49. Классификация инноваций.
50. Факторы, усиливающие новаторство
51. Формирование инновационных подразделений
52. Патентно-лицензионная деятельность
53. Сущность и цели бизнес – планирования. Классификация бизнес–планов.
54. Роль бизнес–планирования в современных предпринимательских отношениях.
55. Методы разработки бизнес-плана.
56. Моделирование бизнес-процессов
57. Информационное обеспечение бизнес–планирования.
58. Структура и содержание разделов бизнес-плана.
59. Общая стратегия маркетинга, принятая на фирме.
60. Конкуренция и конкурентное преимущество.
61. Анализ внутренней среды предприятия. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка.
62. Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения.
63. Маркетинговые исследования при разработке бизнес-плана.
64. Методы стимулирования роста объемов продаж.

65. Методы и формы рекламной кампании.
66. Оценка эффективности проекта.
67. Оценка эффективности участия в проекте.
68. Риски проекта и их минимизации.
69. Способы снижения степени риска.

Критерии оценивания

Шкала оценивания (зачет с оценкой)	Характеристика знания предмета и ответов	Зачеты
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	не зачтено

Список литературы

а) основная литература

1. Третьякова Т.Н. Теория и методология инновационной деятельности в гостиничном деле: учебное пособие / Т.Н. Третьякова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 92 с
2. Бедяева, Т.В. Инновации в управлении гостиничным предприятием на современном этапе/ Т.В. Бедяева, А.И. Барлова// Проблемы современной экономики. – 2017. № 2(62). – С. 207–209.
3. 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, 2017 – 326 с.

4. Рубцова Н.В. Инновации в индустрии гостеприимства // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Том 10. – № 1. – С. 457-466. – doi: 10.18334/vines.10.1.100664.

б) дополнительная литература

1. Тебекин А. В. Инновационный менеджмент. Учебник [Электронный ресурс] / А. В. Тебекин. - М.: ЮРАЙТ, 2012. - 477 с. - Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89993> (основная литература)

2. Аверченков В. И., Ваинмаер Е. Е. Инновационный менеджмент: учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] / В. И. Аверченков, Е. Е. Ваинмаер. - М.: Флинта, 2011. - 293 с. - Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93262>

3. Кузнецов Б. Т., Кузнецов А. Б. Инновационный менеджмент. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Б. Т. Кузнецов, А. Б. Кузнецов. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 365 с. - Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115012>

4. Дармилова Ж. Д. Инновационный менеджмент. Учебное пособие для бакалавров [Электронный ресурс] / Ж. Д. Дармилова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 168 с. - Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/index.php?> (

в) методические рекомендации:

1. Методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе по учебной дисциплине ««Инновационные технологии в гостиничной деятельности»» для магистрантов 5 курса направления подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело» (магистерская программа «Управление гостиничным хозяйством») / Н.П. Пяткова, доктор экон. наук, доцент.

2. Методические указания для выполнения контрольных работ по учебной дисциплине «Инновационные технологии в гостиничной деятельности» для магистрантов 5 курса направления подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело» (магистерская программа «Управление гостиничным хозяйством») заочной формы обучения / Н.П. Пяткова, доктор экон. наук, доцент.

г) интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/>

2. Справочная правовая система «Консультант Плюс» – Режим доступа: URL: <https://www.consultant.ru/sys/>

3. Научная библиотека имени А. Н. Коняева – Режим доступа: URL: <http://biblio.dahluniver.ru/>

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)