

**УО «Витебский государственный университет им. П. М. Машерова»**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

**по дисциплине**

**Инновационный менеджмент в туризме**

**Витебск, 2012**

**УО «Витебский государственный университет им. П. М. Машерова»**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

**по дисциплине**

**Инновационный менеджмент в туризме**

**Составитель: Дробышевская О. Н.**

**Витебск, 2012**

# **I. Введение**

## **1.1. Цели преподавания дисциплины**

Цель преподавания и изучения дисциплины «Инновационный менеджмент в туризме» состоит в том, чтобы сформировать у слушателей знания об инновационном менеджменте как об управленческой технологии, о механизмах осуществления инновационной деятельности, об управлении и оценке эффективности данного процесса с учетом специфики сферы туризма, а также приобретение практических навыков управления и принятия решений в области инновационного менеджмента в туризме.

## **1.2. Задачи изучения дисциплины**

Основными задачами курса является:

- изучить сущность инновационного менеджмента и его роли в функционировании и развитии предприятий сферы туризма;
- освоить системы, основные принципы и методы инновационного менеджмента;
- изучить инновационную инфраструктуру и ее составляющие
- раскрыть особенности инновационных процессов в туризме;
- изучить организационные вопросы инновационного менеджмента в туристской индустрии;
- изучить основы процесса разработки инновационного проекта и инновационной стратегии туристского предприятия;
- раскрыть особенности кадрового менеджмента на инновационных предприятиях
- сформировать у студентов теоретические знания, умения и навыки осуществления инновационной деятельности в туризме.

## **1.3. Методы в обучении по дисциплине**

В учебном процессе используются активные и интерактивные формы проведения занятий:

- доклады с презентацией;

- анализ презентации совместно со слушателями;
- защита авторских проектов;
- тренинги;
- решение ситуационных задач;
- разбор конкретных ситуаций по темам, встречи со специалистами в области сервиса.

#### **1.4. Средства обучения дисциплине**

- технические средства обучения: мультимедийный портативный переносной проектор, мультимедийное обеспечение; настенный экран;
- учебные и методические пособия: учебники, учебно-методические пособия;
- компьютерные программы, пособия для самостоятельной работы, сборники тренировочных тестов по различным дисциплинам.

#### **1.5. Требования к результатам обучения**

В результате освоения дисциплины "Инновационный менеджмент в туризме" слушатели должны знать:

- понятийный аппарат, методы управления инновационной деятельностью организации и возможности ее использования в практической работе;
- виды нововведений и различия подходов при их внедрении, теорию управления инновационными проектами;
- принципы инновационной и инвестиционной политики государства, предприятий, организаций, а также формы инвестиций в инновационные процессы;
- методы, показатели и критерии определения коммерческой, бюджетной и народнохозяйственной эффективности проектов.

Благодаря обучению слушатели должны приобрести ключевую компетенцию в понимании законов рынка, современных инновационных технологиях, управлении интеллектуальной собственностью, стратегическом планировании бизнеса, инвестиционном анализе проектов, профессиональной де-

монстрации результатов работы и представлении проектов.

Должны уметь:

- использовать на практике методы управления инновационной и инвестиционной деятельностью организации (предприятия);

- прогнозировать конкурентоспособность фирмы в результате инновационной деятельности, осуществлять расчеты эффективности инновационных проектов и потребность в ресурсах для их реализации;

- организовывать работу фирмы и ее подразделений - участников инновационного процесса.

Репозиторий ВГУ



	процессы в индустрии туризма и гостеприимства												
10	Международное стимулирование инновационной деятельности в туризме	2									2		
Форма текущей аттестации		зачет											
ВСЕГО		20	8			2			2		8		

Репозиторий ВГУ

### III. Содержание программы

#### 3.1. Наименование тем лекционных занятий и их содержание

№ п/п	Наименование темы	Содержание
1	2	3
1.	Сущность инновационного менеджмента как управленческой технологии	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Сущность инновационного менеджмента</li><li>2. Виды инновационного менеджмента</li><li>3. Основные этапы и функции инновационного менеджмента</li><li>4. Инновационная деятельность как объект управления</li></ol>
2.	Инновационная инфраструктура и ее составляющие	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Содержание понятия «инновация»</li><li>2. Виды инноваций</li><li>3. Жизненный цикл и функции инноваций</li><li>4. Инновационные процессы</li><li>5. Инновационная деятельность в туризме</li></ol>
3.	Формы и методы регулирования инновационной деятельности	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Организация инновационной деятельности</li><li>2. Создание инноваций и их внедрение</li><li>3. Инновационное поведение предприятия</li><li>4. Инновационная деятельность в туристической фирме</li></ol>
4.	Маркетинговые стратегии инновационного предприятия	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Содержание и характеристики различных типов стратегий</li><li>2. Принципы планирования инновационной деятельности</li><li>3. Инновационный проект: понятие, виды, этапы разработки</li></ol>

#### 3.2. Наименование тем практических (семинарских, лабораторных) занятий и их содержание

№	Наименование раздела, темы	Содержание
1	2	3
1	Инновационный проект — новая форма организации инновации	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Понятие «инновационный проект».</li><li>2. Виды инновационных проектов.</li><li>3. Основные этапы разработки инновационного проекта, оценка его эффективности.</li><li>4. Практикум «Мой инновационный проект в туризме»</li></ol>



2	Инновационные процессы в индустрии туризма и гостеприимства	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Глобализация экономики и ее влияние на развитие туризма</li> <li>2. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации турпродукта</li> <li>3. Влияние научно-технических нововведений на развитие туризма</li> <li>4. Инновации в гостиничном бизнесе</li> <li>5. Применение информационных технологий в туризме</li> </ol>
---	---	---

### **3.3. Самостоятельная работа слушателей**

**Тема: Анализ эффективности инновационной деятельности и принятие решений по инновациям**

#### **Вопросы**

1. Принятие решений в инновационном менеджменте
2. Характеристика результатов инновационной деятельности
3. Система показателей эффективности инновационной деятельности
4. Организация анализа эффективности инновационной деятельности.

#### **Задания для самостоятельной работы:**

1. Охарактеризуйте процедуру принятия решения в инновационном менеджменте.
2. Как происходит систематизация управленческих решений?
3. Какие виды управленческих решений вы знаете?
4. Проанализируйте стадии процесса принятия решения.
5. Назовите методы прогнозирования инноваций.
6. Опишите процесс построения дерева целей при прогнозировании инноваций. Приведите примеры.
7. По каким показателям рекомендует ЮНИДО оценивать эффективность инновационной деятельности?

8. Какие задачи необходимо решить в процессе анализа эффективности инновационной деятельности ИО?
9. Какие принципы рекомендуется соблюдать при проведении анализа?
10. Перечислите основные этапы анализа эффективности инновационной деятельности.
11. По каким методам осуществляется анализ?

### ***Литература***

1. Вертакова Ю.В., Симоненко Е.С. Управление инновациями: теория и практика/ Ю.В. Вертакова, Е.С. Симоненко - М., 2008
2. Гольдштейн Г.Я. Инновационный менеджмент: Учебное пособие/ Г.Я. Гольдштейн.- Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1998. 132с
3. Ильенкова, С. Д. Инновационный менеджмент: учебник / С. Д. Ильенкова. – М. : ЮНИТА-ДАНА, 2007. – 327 с.
4. Краюхин, Г. А. Инновации, инновационные процессы и методы их регулирования: сущность и содержание / Г. А. Краюхин, Л. Ф. Шайбакова. – СПб. : ГИЭА, 2003.
5. Оголева Л.Н. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / Л.Н. Оголева — М.: ИНФРА-М, 2001. - 238 с. -(Серия "Высшее образование")
6. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд./ Р. А. Фатхутдинов — СПб.: Питер, 2003. —400 с: ил. — (Серия «Учебники для вузов»).

***Форма контроля:*** реферат

**Тема: Инновации как объекты интеллектуальной собственности**

### ***Вопросы***

1. Интеллектуальный продукт как собственность

2. Интеллектуальная собственность как товар
3. Использование прав на интеллектуальную собственность в сфере
4. Способы охраны и защиты интеллектуальной собственности
5. Международные соглашения об охране интеллектуальной собственности

***Задания для самостоятельной работы:***

1. Как влияет человеческий фактор на появление и внедрение инноваций?
2. Что такое интеллектуальный продукт?
3. Назовите общие признаки объектов интеллектуальной собственности.
4. Какие существуют способы охраны и защиты интеллектуальной собственности?
5. Как используется интеллектуальная собственность в качестве товара?
6. Чем отличается промышленная интеллектуальная собственность от авторского права?
7. Что такое франчайзинг? Его роль во внедрении инноваций в сфере туризма.
8. Что представляет собой коммерческая концессия? Создание и формирование сети однородных предприятий в РФ. Как такие сети используются в туристской деятельности?
9. Охарактеризуйте международное соглашение о защите интеллектуальной собственности (TRIPS).

***Литература***

1. Аньшин В.М., Дагаев А.А. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного раз-

вития: Учеб. пособие / В.М. Аньшин, А.А. Дагаев. —3-е изд., перераб., доп. — М.: Дело, 2007. — 584 с.

2. Новиков, В.С. Инновации в туризме : учеб. пособие для вузов / В.С. Новиков. - М. : Академия, 2008. - 208 с. - (Высшее профессиональное образование)

3. Оголева Л.Н. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / Л.Н. Оголева — М.: ИНФРА-М, 2001. - 238 с. -(Серия "Высшее образование")

4. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд./ Р. А. Фатхутдинов — СПб.: Питер, 2003. —400 с: ил. — (Серия «Учебники для вузов»).

**Форма контроля:** реферат

**Тема: Лидерство и кадровый менеджмент на инновационных предприятиях**

**Вопросы:**

1. Особенности управления персоналом в инновационных организациях
2. Планирование и отбор специалистов в инновационном менеджменте.
3. Проектная команда: понятие, структура и свойства.
4. Конфликты в инновационном коллективе.

**Задания для самостоятельной работы:**

1. Что означает термин "управление персоналом"?
2. Какие этапы управления трудовыми ресурсами вы знаете?
3. С чем связано возникновение инновационного управления персоналом?
4. Какие качества менеджера обязательны для тестирования?

5. Какие критерии оценки персонала особенно значимы в инновационной деятельности
6. Чем определяется профессиональная успешность личности?
7. Как влияет специфика инновационного процесса на требования к персоналу?
8. Каков стиль руководства инновационным коллективом?
9. Для чего необходимо ролевое распределение в инновационных коллективах?
10. Какова роль неформальных групп и неформального лидерства в эффективной работе коллектива?
11. Какова роль конфликтов в инновационном коллективе?
12. Обрисуйте особенности созидательных конфликтов.

### *Литература*

1. Бишоп, С. Тренинг изменений в организации / С. Бишоп, Д. Тейлор. – СПб. : ИНФРА-М, 2002. – 541 с.
2. Джордж, С. Всеобщее управление качеством. Стратегии и технологии, применяемые сегодня в самых успешных компаниях / С. Джордж. – СПб. : Виктория, 2002. – 256 с.
3. Журавлев, В.А. Креативный менеджмент и инновации / В.А. Журавлев. - Мн. : Право и экономика, 2009. - 110 с. - (Высшая школа бизнеса)
4. Ильенкова, С. Д. Инновационный менеджмент: учебник / С. Д. Ильенкова. – М. : ЮНИТА-ДАНА, 2007. – 327 с.
5. Квартальнов, В. А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 496 с.
6. Морозов, Ю. П. Инновационный менеджмент : учеб. пособие / Ю. П. Морозов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 446 с.

7. Новиков, В.С. Инновации в туризме : учеб. пособие для вузов / В.С. Новиков. - М. : Академия, 2008. - 208 с. - (Высшее профессиональное образование)
8. Оголева Л.Н. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / Л.Н. Оголева — М.: ИНФРА-М, 2001. - 238 с. -(Серия "Высшее образование")

**Форма контроля:** реферат

**Тема: Международное стимулирование инновационной деятельности в туризме**

**Вопросы**

1. Роль Всемирной туристской организации в стимулировании и распространении инноваций
2. Принципы устойчивого развития туризма
3. Вспомогательный счет туризма
4. Практика нового туризма

**Задания для самостоятельной работы:**

1. Как влияют процессы глобализации экономики на развитие туристской деятельности?
2. Охарактеризуйте стратегические альянсы как формы делового партнерства.
3. Как влияют нововведения в политической, экономической и социальных сферах на инновационные процессы в туризме?
4. Каковы причины создания и внедрения в туристский бизнес «клубов продукта»?
5. Какова роль Всемирной туристской организации во внедрении новшеств в туризм?
6. Назовите и охарактеризуйте принципы устойчивого развития туризма.

7. Охарактеризуйте вспомогательный счет туризма (ВСТ) как метод оценки роли туризма в экономике страны.

8. Какие положения Генерального соглашения по торговле услугами (ГАТС) обязательны для исполнения в туристском бизнесе?

### ***Литература***

1. Новиков, В.С. Инновации в туризме : учеб. пособие для вузов / В.С. Новиков. - М. : Академия, 2008. - 208 с. - (Высшее профессиональное образование)
2. Воскресенский, В. Ю. Международный туризм. Инновационные стратегии развития : учеб. пособие / В. Ю. Воскресенский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 159 с
3. Бхагвати, Д. В защиту глобализации : пер. с англ. / Д. Бхагвати. – М. : Ладомир, 2005. – 448 с.
4. Джордж, С. Всеобщее управление качеством. Стратегии и технологии, применяемые сегодня в самых успешных компаниях / С. Джордж. – СПб. : Виктория, 2002. – 256 с.
5. Изотова, М. А. Инновации в социально-культурном бизнесе и туризме / М. А. Изотова, Ю. А. Матюхина. – М. : Советский спорт, 2006. – 224 с.

***Форма контроля:*** реферат

#### IV. Материалы для текущей и итоговой аттестации слушателей

##### 4.1. Вопросы к зачету

1.	Сущность инновационного менеджмента
2.	Виды и функции инновационного менеджмента
3.	Основные этапы и функции инновационного менеджмента
4.	Содержание понятия «инновация»
5.	Виды инноваций
6.	Жизненный цикл и функции инноваций
7.	Инновационные процессы
8.	Инновационная деятельность в туризме
9.	Организация инновационной деятельности
10.	Создание инноваций и их внедрение
11.	Инновационное поведение предприятия
12.	Инновационная деятельность в туристической фирме
13.	Содержание и характеристики различных типов стратегий
14.	Принципы планирования инновационной деятельности
15.	Инновационный проект: понятие, виды, этапы разработки
16.	Принятие решений в инновационном менеджменте
17.	Характеристика результатов инновационной деятельности
18.	Система показателей эффективности инновационной деятельности
19.	Организация анализа эффективности инновационной деятельности
20.	Интеллектуальная собственность как товар
21.	Использование прав на интеллектуальную собственность в сфере туризма
22.	Способы охраны и защиты интеллектуальной собственности
23.	Международные соглашения об охране интеллектуальной собственности.
24.	Особенности управления персоналом в инновационных организациях
25.	Планирование и отбор специалистов в инновационном менеджменте.



26.	Проектная команда: понятие, структура и свойства.
27.	Конфликты в инновационном коллективе
28.	Роль Всемирной туристской организации в стимулировании и распространении инноваций
29.	Принципы устойчивого развития туризма
30.	Вспомогательный счет туризма
31.	Практика нового туризма
32.	Глобализация экономики и ее влияние на развитие туризма
33.	Влияние научно-технических нововведений на развитие туризма
34.	Инновации в гостиничном бизнесе
35.	Применение информационных технологий в туризме

#### 4.2. Тематика рефератов:

1.	Венчурное финансирование. Организация инновационной деятельности
2.	Выбор инновационной стратегии фирмы
3.	Глобальные системы бронирования. Системы туроператоров. Принцип работы.
4.	Государственное и правовое регулирование инновационных процессов
5.	Деловые совещания, их роль в менеджменте сервиса и туризма
6.	Инвестиции как средство для инновационной деятельности.
7.	Инновации в туризме. Интернет в жизни турфирм и их клиентов.
8.	Инновационное управление персоналом.
9.	Инновационные процессы на транспорте (железнодорожный транспорт, воздушный транспорт, морские круизы) и их влияние на развитие туризма.
10.	Инновационные технологии в любой сфере туризма.
11.	Инновационный менеджмент: методы уменьшения коммерческого риска.

12.	Использование инновационных управленческих технологий в туризме.
13.	Комплексная автоматизация внутриофисной работы туристической фирмы.
14.	Маркетинг инноваций.
15.	Менеджеры в инновационной среде.
16.	Менеджмент, персонал и автоматизация.
17.	Модернизация и усовершенствование старых туристических маршрутов и разработка на их основе новых
18.	Научно-техническая революция и научно-технический прогресс в свете инновационного менеджмента.
19.	Научные подходы к инноватике.
20.	Нововведения как объект инновационного менеджмента
21.	Новые направления туризма: хайкинг, лотерейный туризм, археологический туризм и др.
22.	Новые технологии в туристическом бизнесе.
23.	Новые формы работы в туризме
24.	Основные понятия теории инноватики, ее современные концепции и тенденции.
25.	Развитие инновационного менеджмента в туризме.
26.	Реклама туристических услуг в сети Интернет.
27.	Реклама туристических услуг в сети Интернет.
28.	Риски в инновационной деятельности.
29.	Современные системы бронирования
30.	Создание эффективного сайта туристического агентства.
31.	Страхование и риски в туризме
32.	Театрализация и ролевые игры как пример новых форм работы в культурном туризме
33.	Теория инновационных процессов Й.Шумпетера
34.	Технология взаимодействия зарубежного и российского туризма

35.	Формы государственной поддержки инноваций в сервисе и туризме.
36.	Экономика использования новых технологий на разных стадиях роста турфирмы.
37.	Экстремальное направление в современной сфере отдыха и развлечений
38.	Экстремальное направление в современной сфере отдыха и развлечений
39.	Электронная коммерция
40.	Эффективный интернет сайт туристической компании

Репозиторий ВГУ

## **V. Содержание лекций**

### **Тема 1. Сущность инновационного менеджмента как управленческой технологии**

Содержание понятия «инновационный менеджмент». Преимущества и проблемы, возникающие при осуществлении инновационной деятельности. Объект, предмет, цели, задачи, функции, уровни инновационного менеджмента в туризме. Виды и функции инновационного менеджмента. Основные этапы и функции инновационного менеджмента. Инновационная деятельность как объект управления. Общие правила эффективного инновационного менеджмента. Основные принципы эффективного управления инновациями: комплексность и перманентность. Основные этапы (фазы) осуществления инновационной деятельности. Специфика профессиональной деятельности инновационного менеджера в туризме.

### **Тема 2. Инновационная инфраструктура и ее составляющие**

Содержание понятий «новшество», «нововведение», «инновация», их взаимосвязь. Свойства инноваций. Факторы, определяющие инновационное развитие. Классификация инноваций. Содержание понятия «диффузия инноваций». Жизненный цикл инновации. Функции инноваций. Инновационные процессы. Понятие, сущность и этапы инновационного процесса. Формы организации инновационного процесса, их преимущества и недостатки. Методы ускорения осуществления инновационного процесса. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации туристского продукта. Инновационная деятельность в туризме. Внедрение нововведений в туризме. Маркетинговые инновации в туризме. Периодические нововведения в туризме.

### **Тема 3. Формы и методы регулирования инновационной деятельности**

Организация инновационной деятельности. Цели инновационной деятельности. Определение целей. Развитие инновационного потенциала. Динамиче-

ское моделирование бизнеса. Создание инноваций и их внедрение. Управление инновациями. Привлечение сотрудников к участию в инновационных процессах. Управление знаниями. Создание нововведений и их внедрение. Инновационное поведение предприятия. Классификация предприятий по типу инновационного поведения. Тип инновационного поведения по Л. Г. Раменскому. Венчурные, инжиниринговые и внедренческие фирмы. Инновационная деятельность в туристической фирме. Факторы развития инноваций в туристических компаниях. SWOT-анализ в разработке нового или усовершенствованного туристского продукта.

#### **Тема 4. Маркетинговые стратегии инновационного предприятия**

Цели и задачи стратегического планирования. Система стратегического планирования и этапы принятия стратегических инновационных решений.

Инновационные стратегии: понятие и виды. Стратегия «переноса». Стратегия «заимствования». Стратегия «наращивания». Инновационная стратегия предприятий. Факторы, определяющие выбор стратегии и необходимые условия для ее реализации. Стратегическое планирование и внешняя среда фирмы. Содержание понятия «инновационный проект». Принципы планирования инновационных проектов. Классификация инновационных проектов. Экспертиза инновационных проектов. Принципы анализа инновационного проекта. Методы оценки эффективности инновационного проекта. Технология управления инновационными проектами. Этапы разработки концепции инновационного проекта. Основные организационные формы управления инновационными проектами. Перспективные инновационные проекты в туризме.

## VI. Словарь терминов

### СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

**Авторское право** — право на владение, использование и распоряжение результатами литературного и художественного творчества (литературные и музыкальные произведения, изобразительное искусство) и объектами научно-технической сферы (программное обеспечение, топологии интегральных микросхем, базы данных).

**Аутсорсинг** — передача сторонней специализированной организации функций по выполнению определенных задач (подбор кадров, ведение бухгалтерского учета и др.), дающая возможность руководству компании сосредоточиться на управлении основной деятельностью.

**Бенчмаркинг инноваций** — изучение и анализ лучших методов ведения бизнеса в других организациях в целях выявления возможностей разработки собственных инноваций.

**Большие циклы экономической конъюнктуры** — открыты Н. Д. Кондратьевым. Это циклы научно-технического прогресса, связанные с периодически возникающей для общества необходимостью адаптироваться к новым ситуациям, вызванным изменениями природных, демографических, экологических, экономических, геополитических и иных условий. Кондратьевские циклы обуславливают периодическое (1 раз в 45—60 лет) обновление и перестройку хозяйственной системы и материальной основы производства (технологическая база, производственный аппарат).

**Венчурный капитал (рисковый капитал)** — основная форма финансового обеспечения создания и внедрения инноваций, капитал, вкладываемый в проекты, имеющие повышенный уровень риска.

**Венчурные организации** — организации, проводящие научные исследования и разработки, создающие и внедряющие инновации, в том числе по заказам крупных коммерческих организаций и государства.

**Вспомогательный счет туризма (ВСТ)** — радикальная инновация метода оценки экономической эффективности туризма как в отдельной стране, так и в мировой экономике в целом. Этот метод основан на сборе и анализе огромного числа статистических данных, которые ранее не принимались во внимание при оценке вклада туризма в экономику. После одобрения Статистической комиссией ООН в 2000 г., является полноценным статистическим инструментом для оценки экономического значения туризма. В настоящее время осваивается многими странами мира.

**Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС)** — основной документ Всемирной торговой организации (ВТО), который содержит общие, обязательные для всех стран-участниц положения, а также принципы, составляющие основу многосторонней международной правовой системы, регулирующей торговлю услугами и влияющей на развитие национального законодательства. Соглашение распространяется на все виды услуг, за исключением услуг, поставляемых при исполнении функций государственной власти.

**Глобальные распределительные системы (ГРС)** — холдинги, объединяющие компьютерные системы бронирования, в которых участвуют представители различных сфер бизнеса. ГРС имеют прямой доступ в режиме реального времени к базам данных авиакомпаний, железных дорог, судоходных компаний, гостиничных цепей, туристских фирм, туристских центров, компаний по прокату автомашин и других.

**Государственная инновационная политика** — деятельность, связанная с формированием органами государственной власти стратегических целей развития инновационных процессов в стране, механизмов поддержки приоритетных инновационных программ и созданием благоприятного экономического, правового и социального климата для внедрения инноваций.

**Государственное регулирование инновационной деятельности** — воздействие государства на деятельность хозяйствующих субъектов и рыночную

конъюнктуру в целях обеспечения необходимых условий для эффективной инновационной деятельности коммерческих и некоммерческих организаций.

**Грант** — вид субсидии; предоставляется организацией или частным лицом (как правило, в результате конкурсного отбора) для осуществления конкретных проектов в области науки, культуры и образования.

**Дестинация (туристское направление)** — место (территория) посещения, привлекающее туристов своими специфическими природными и рекреационными ресурсами, достопримечательностями, историческим и культурным наследием.

**Диверсификация** — разностороннее развитие хозяйственной деятельности (расширение номенклатуры продукции, видов предоставляемых услуг и т.п.), а также внедрение в новые сферы деятельности, находящиеся за пределами основного бизнеса.

**Динамическая компоновка тура** — комбинация различных элементов путешествия с установленной ценой, которые составлены и оценены в режиме реального времени в ответ на запрос потребителя или туристского агента.

**Динамическое моделирование бизнеса** — процесс, который является инструментом управления знаниями, позволяет углубить понимание динамики событий, происходящих на инновационной арене, базируясь на анализе бизнес-процессов, позиции компании на рынке и возможностей персонала. Динамическое моделирование бизнеса облегчает формирование общей модели инновационного процесса.

**Е-путешествия** — это онлайн-служба, которая содержит новости о путешествиях, информацию и консультацию по вопросам, которые могут возникнуть при планировании путешествия.

**Е-туризм** — это онлайн-служба, которая является платформой, дающей возможность прямых продаж, легкой оплаты услуг конечным потребителем, развитию бизнеса между производителем, турагентами и посредниками.

**Жизненный цикл инноваций** — период времени от момента внедрения нововведения в производство до его повсеместного распространения. Цикл



включает фазы внедрения, коммерциализации и диффузии, рутинизации (стабильной реализации нововведений) и превращения в традиционный продукт.

**Заинтересованные лица** — все субъекты (потребители, поставщики, конкуренты, органы власти, акционеры, сотрудники), на положение или деятельность которых влияют или могут потенциально повлиять инновации.

**Инжиниринг инноваций** — вид деятельности по предоставлению комплекса работ и услуг производственного, коммерческого и научно-технического характера (консультации, экспертиза проектов, техническое обучение, передача технической информации), включающего в себя создание, реализацию и диффузию инновации.

**Инновация** — конкретный результат любой созидательной, связанной с риском деятельности, с помощью которой разрабатываются, внедряются или продвигаются на рынок новые, существенно отличающиеся от прежних благ, более полно удовлетворяющие потребности, открываются и осваиваются новые рынки или достигаются другие конкретные цели.

**Инновации в туризме** — результат действий, направленных на создание нового или изменение существующего туристского продукта, освоение новых рынков, использование передовых информационных и телекоммуникационных технологий, совершенствование предоставления туристских, транспортных и гостиничных услуг, создание стратегических альянсов для осуществления туристского бизнеса, внедрение современных форм организационно-управленческой деятельности туристских предприятий.

**Инновационная деятельность** — комплекс научных, технологических, организационных, финансовых, коммерческих мероприятий, которые приводят к инновациям. Деятельность является инновационной, если в нее привносятся новые знания, технологии, приемы, подходы для получения результата, который широко востребован в обществе. Инновационную деятельность предприятия можно определить как совместную работу всех работников, направленную на создание и внедрение новшества. Инновационная деятель-

ность носит системный характер, систему образуют общество и субъекты инновационной деятельности.

**Инновационная инфраструктура** — совокупность организаций (научно-градды, особые экономические зоны, специальные финансовые структуры, технопарки и тому подобные организации), способствующих осуществлению инновационной деятельности

**Инновационная политика** — комплекс мер, направленных на развитие инновационной деятельности, на формулирование конкретных целей разработки и внедрения инноваций, основное направление стратегического планирования.

**Инновационная программа** — комплекс инновационных проектов и мероприятий, согласованный по ресурсам, исполнителям и срокам их осуществления и обеспечивающий эффективное решение задач по освоению и распространению принципиально новых видов продукции и технологий.

**Инновационная стратегия** — определение наиболее эффективных путей развития, системы отбора и реализации нововведений, базирующееся на долгосрочном прогнозировании, учете внутренних и внешних факторов и ресурсных ограничениях.

**Инновационная сфера** — часть системы экономических отношений в процессе производства, распределения и потребления новшеств, основанных на участии в инновационной деятельности частных предпринимательских структур и государства. Это совокупность хозяйственных отраслей и видов общественной деятельности, не принимающих прямого участия в создании материальных благ, но производящих потребительные стоимости особого рода, необходимые для развития материального производства.

**Инновационное предпринимательство** — вид коммерческой деятельности, характеризующийся развитостью и гибкостью своей функциональной структуры, широкими адаптационными возможностями и использованием венчурного (рискового) капитала.

**Инновационный менеджмент** — совокупность принципов, методов и форм управления процессами инновационной деятельности, организационными структурами и их персоналом. Одно из основных направлений стратегического менеджмента.

**Инновационный потенциал** — совокупность материальных, финансовых, интеллектуальных, научно-технических и иных ресурсов, необходимых для осуществления инновационной деятельности.

**Инновационный проект** — комплекс взаимосвязанных программ, обеспечивающих эффективное достижение конкретной инновационной цели, согласованных по ресурсам, срокам и исполнителям и документально оформленных. Включает формы управления и процесс осуществления инновационной деятельности, комплект документов с обоснованием и характеристикой этих мероприятий.

**Инновационный процесс** — совокупность последовательных действий, необходимых для превращения идеи в продукт (товар). Инновационный процесс обеспечивает коммерциализацию изобретений, новых видов продуктов, услуг и технологий, решений производственного, финансового, административного или иного характера и других результатов интеллектуальной деятельности. Основной характеристикой инновационных процессов является нелинейность.

**Инновационный риск** — риск, связанный с добровольным вложением капитала в создание и реализацию новых продуктов и технологий в целях получения сверхприбыли.

**Инновационный цикл** — совокупность всех этапов деятельности в период от поиска новых идей до их использования, коммерциализации и распространения. Включает две составляющие: период создания новации и жизненный цикл инновации. Это обусловлено тем, что инновационный процесс не является линейным — новшество может использоваться для создания инноваций неоднократно, иногда даже в отраслях, не связанных со сферой появления новации.

**Интеллектуальная собственность** — исключительное право физического или юридического лица на владение, пользование, распоряжение идеальными объектами, выраженными в каких-либо объективных формах, воплощающих научно-техническое, литературное и иное творчество индивидуальных или коллективных субъектов.

**Информационные технологии** — процессы, использующие совокупность средств и методов сбора, обработки, хранения и передачи данных для получения информации нового качества о состоянии объекта, процесса или явления. Информационные технологии носят всепроникающий характер, способствуют более эффективной работе рынков, обладают глобальным характером и ускоряют инновационные процессы.

**Концессионное соглашение** — договор, на основании которого концессионер обязуется за свой счет создать или реконструировать недвижимое имущество и осуществлять его эксплуатацию (объект концессионного соглашения), право собственности на которое принадлежит или будет принадлежать концеденту. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности, полученные концессионером за свой счет при исполнении концессионного соглашения, принадлежат концеденту, если иное не установлено договором.

**Латеральный маркетинг** — это процесс, который при приложении к существующим товарам или услугам дает в результате инновационные товары или услуги, которые удовлетворяют потребности целевых потребителей или ситуации, не охваченные в настоящее время.

**Научно-исследовательская деятельность** — это деятельность, направленная на получение и применение новых знаний.

**Научно-техническая деятельность** — это деятельность, направленная на получение и применение новых знаний для решения технологических, инженерных, экономических, социальных и иных проблем, обеспечения функционирования науки, техники и производства как единой системы.

**Национальная инновационная система (НИС)** — совокупность государственных, частных и общественных структур и механизмов их взаимодействия, в рамках которых осуществляется деятельность по созданию, хранению и распространению новых знаний и технологий. Обеспечивает объединение усилий государственных органов управления всех уровней, организаций научно-технической сферы и предпринимательского сектора экономики в интересах ускоренного использования достижений науки и технологий в целях реализации стратегических национальных приоритетов страны.

**Национальный режим** — правовое положение, согласно которому на иностранных юридических и физических лиц распространяются все права и привилегии, которыми пользуются в данной стране юридические и физические лица.

**Нелинейные механизмы** — влияют на непредсказуемую динамику инновационного процесса и определяют общее поведение бизнес-системы. К ним относятся: петли взаимного усиления; петли ограничения; механизмы запираания; временные задержки; механизмы отбора; механизмы создания инноваций и внесения в них корректив.

**Нововведение (инновация)** — результат внедрения достижений человеческого ума (новшества) в целях получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта, востребованного обществом.

**Новшество (новация)** — оформленный результат исследований, разработок или экспериментальных работ по повышению эффективности какой-либо сферы деятельности. Новшества оформляются в виде: открытий; изобретений; патентов; ноу-хау; документации на технологию, управленческие процессы, стандарты, результаты маркетинговых исследований и т.п.

**Особая экономическая зона** — часть территории Российской Федерации, на которой действует особый режим предпринимательской деятельности. Осо-

бые экономические зоны подразделяются на: промышленно-производственные, технико-внедренческие и туристско-рекреационные.

**Передача инновации** — акт распространения (диффузии) на коммерческой или некоммерческой основе, в различных формах, разными способами и по разным каналам инноваций.

**Период создания новации** — включает стадию зарождения (возникновение идеи, осознание возможности инноваций), становления (разработка идеи) и освоения (внедрение в производство, эксперимент).

**Планирование инноваций** — заключается в разработке основных направлений и пропорций инновационной деятельности в соответствии с определенными целями и стратегией развития, возможностями ресурсного обеспечения и спросом на рынке. Планирование включает в себя разработку мер и мероприятий, методы достижения целей, обеспечение основы для принятия управленческих решений.

**Поставка услуги** — согласно ГАТС торговля услугами осуществляется посредством их поставки, которая включает в себя производство, распределение, маркетинг, продажу и доставку услуги.

**Предпринимательство** — инициативная деятельность в коммерческой или административной области независимо от сферы бизнеса, направленная на систематическое получение доходов или прибыли. Осуществляется предпринимателем на свой риск и под свою имущественную ответственность. Определяется тремя элементами: организационными действиями, инициированием изменений и денежным доходом.

**Промышленная собственность** — права на изобретения, промышленные образцы, полезные модели, товарные знаки и знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, конфиденциальную информацию.

**Радикальные нововведения** — связаны с наукой, научными открытиями, с появлением заметных изобретений, которые обладают определенной независимостью от общественных потребностей. Внедрение радикальных нововве-

дений означает разрыв с предшествующими тенденциями, открывает новую концепцию (технологическую, экономическую, организационно-управленческую) дальнейших усовершенствований.

**Риск** — неопределенность, связанная с принятием решений, реализация которых происходит только с течением времени, и которая может привести к непредсказуемым результатам в процессе создания и внедрения инноваций.

**Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС)** — международно-правовой документ, на основе которого осуществляется правовое регулирование в области интеллектуальной собственности. Соглашение базируется на действующих международных конвенциях и договоренностях между странами—членами Всемирной торговой организации, регулирующих защиту прав интеллектуальной собственности.

**Технологический уклад** — это совокупность находящихся примерно на одном уровне технического развития производств и технологий, образующих экономическую систему, которая способна осуществлять процессы производства и собственного развития преимущественно за счет внутренних ресурсов. Известны пять характерных исторических этапов экономического развития, каждый из которых связан с внедрением новых научно-технических достижений. В настоящее время постепенно начинает формироваться шестой технологический уклад. Основой шестого уклада будет развитие биоинформатики, био- и нанотехнологий, nano-электроники, глобальных информационных сетей.

**Технопарк** — форма территориальной интеграции науки, образования и производства в целях оперативного внедрения научно-технических разработок. Представляет собой объединение научных, конструкторских и производственных подразделений в условиях хорошо оснащенной информационной и экспериментальной базы и высокой концентрации квалифицированных кадров.

**Товарный знак** — зарегистрированное в установленном порядке графическое, буквенное или иное обозначение, служащее для идентификации

товаров и услуг, предлагаемых одной фирмой от однородных товаров и услуг других фирм. Обладатель товарного знака имеет исключительное право на использование товарного знака или его вариантов для одних и тех же товаров или продукции. Товарный знак охраняется законом и может быть переуступлен другим юридическим лицам.

**Торговая марка** — фирменный знак, символ для обозначения всех выпускаемых изделий данной фирмы. Представляет собой графическое изображение, оригинальное название, особое сочетание знаков, букв, слов.

**Туристские информационные системы (ТИС)** — новая система бизнеса, которая обслуживает и оказывает информационную поддержку организациям, которые занимаются е-туризмом (e-tourism) и е-путешествиями (e-travel). Информация, получаемая из этих источников, может служить исходной точкой для решения множества задач, включая планирование путешествий и сопоставление цен и динамического создания пакетных туров.

**Управление взаимоотношениями с потребителем** — составляет часть стиля и метода работы, ориентированного не на продукт, а на потребителя. Включает накопление детальной информации о потребителях или контактах с ними. Информация охватывает социально-демографическую характеристику, интересы и вид деятельности, прошлые и, возможно, будущие потребности потребителей. Это позволяет повысить эффективность при выполнении заявок; активно привлекать наиболее перспективных потребителей, предлагая продукты, максимально удовлетворяющие их запросы; создавать фундамент для долгосрочных отношений с потребителями, поддерживая их даже при отсутствии сделок.

**Устойчивое развитие туризма** — взаимоотношения участников туристской деятельности, которые позволяют обеспечить оптимальное использование ресурсов окружающей среды, уважение к сохранению сложившегося культурного наследия и традиционных обычаев принимающих сообществ и терпимость к их восприятию; долгосрочную экономическую выгоду для всех заинтересованных кругов, включая постоянную занятость и возможности по-



ступающих доходов и социальных услуг. Принципы устойчивости относятся к охране окружающей среды, экономическим и социально-культурным аспектам развития туризма. Нормы и практика управления устойчивым развитием туризма применяются ко всем видам туризма и ко всем типам направлений, включая массовый туризм и различные ниши туристских сегментов.

**Эволюционные нововведения** — подчинены общественным потребностям; являются следствием идей и предложений, поступающих из сферы производства, сбыта, потребления; ограничиваются возможностями технологического потенциала системы, в рамках которой они происходят.

**Экономическая эффективность инноваций** — отношение экономического эффекта от внедрения инноваций к обусловившим его затратам.

**Экономические реформы** — глубокая трансформация форм и методов хозяйствования, управления экономикой. Преобразования, проводимые в ходе экономических реформ, делят на организационные, касающиеся организационно-правовых форм управления экономикой, хозяйственной деятельностью, и институциональные, связанные с методами, правилами, нормами управления собственностью, трудом, финансами, социальной сферой, внешнеэкономическими связями и другими экономическими институтами.

**Электронный бизнес (е-бизнес)** — качественно новые технологии работы компании, которые позволяют ей достичь конкурентных преимуществ за счет улучшения обслуживания клиентов, снижения затрат, выявления новых каналов сбыта и т.д. Электронный бизнес включает: электронный маркетинг, электронную торговлю (коммерцию), электронное снабжение.

**Электронная коммерция** — один из элементов электронного бизнеса, обеспечивает продажи и приобретение товаров и услуг через электронные каналы распределения.

**Электронный маркетинг** — использует Интернет и другие формы электронной связи для наиболее экономичных контактов с целевыми рынками и обеспечения совместной работы с партнерскими организациями, объединенными общими интересами.

**Электронное снабжение** — рационализирует процесс закупок, позволяя организации привязать свою систему учета и снабжения к системе доставки и выставления счетов поставщика, а также позволяет найти поставщиков, предлагающих лучшие цены.

Репозиторий ВГУ

## **VII. Список рекомендуемой литературы**

### **7.1. Основная литература**

1. Вертакова Ю.В., Симоненко Е.С. Управление инновациями: теория и практика / Ю.В. Вертакова, Е.С. Симоненко - М., 2008
2. Изотова, М. А. Инновации в социально-культурном бизнесе и туризме / М. А. Изотова, Ю. А. Матюхина. – М. : Советский спорт, 2006. – 224 с.
3. Ильенкова, С. Д. Инновационный менеджмент: учебник / С. Д. Ильенкова. – М. : ЮНИТА-ДАНА, 2007. – 327 с.
4. Морозов, Ю. П. Инновационный менеджмент : учеб. пособие / Ю. П. Морозов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 446 с.
5. Новиков, В.С. Инновации в туризме : учеб. пособие для вузов / В.С. Новиков. - М. : Академия, 2008. - 208 с. - (Высшее профессиональное образование)
6. Оголева Л.Н. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / Л.Н. Оголева — М.: ИНФРА-М, 2001. - 238 с. -(Серия "Высшее образование")
7. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд./ Р. А. Фатхутдинов — СПб.: Питер, 2003. —400 с: ил. — (Серия «Учебники для вузов»).

### **7.2. Дополнительная литература**

1. Аньшин В.М., Дагаев А.А. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития: Учеб. пособие / В.М. Аньшин, А.А. Дагаев. —3-е изд., перераб., доп. — М.: Дело, 2007. — 584 с.
2. Воскресенский, В. Ю. Международный туризм. Инновационные стратегии развития : учеб. пособие / В. Ю. Воскресенский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 159 с.
3. Гольдштейн Г.Я. Инновационный менеджмент: Учебное пособие/ Г.Я. Гольдштейн.- Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1998. 132с

4. Журавлев, В.А. Креативный менеджмент и инновации / В.А. Журавлев. - Мн. : Право и экономика, 2009. - 110 с. - (Высшая школа бизнеса)
5. Иванов, И. А. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / И. А. Иванов. – М. : БАРО-ПРЕСС, 2001. – 288 с.
6. Квартальнов, В. А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 496 с.
7. Ковынева, Л. В. Инновации в социально-культурном сервисе и туризме : конспект лекций / Л. В. Ковынева. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2007.
8. Малахова, Н. Н. Инновации в туризме и сервисе / Н. Н. Малахова, Д. С. Ушаков. – М. : ИКЦ МарТ, 2008. – 224 с.
9. Михайлов Р. А. Управление инновационными проектами : учеб. пособие / Р. А. Михайлов [и др.] ; под общ. ред. Ф.-Й. Кайзера, Г. Г. Богомазова, З. А. Сабова. – СПб. : ИНФРА-М, 2001. – 541 с.
10. Морозов М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: Учебник/ М. А. Морозов.- Академия, 2004 г. - 240 стр.
11. Осипова О. Я. Транспортное обслуживание туристов/ О. Я. Осипова - Серия: Высшее профессиональное образование
12. Траскевич, А.Г. Концептуальные инновации в санаторно-курортном сегменте туристического рынка Беларуси // Новая экономика. - 2010.
13. Шленов Ю. В. Управление инновациями : в 3 кн. : учеб. пособие для вузов / Шленов. – М. : Высш. шк., 2002. – 153 с.

### **7.3. Литература для самостоятельного изучения**

1. Алессандро, Д. Войны брендов. 10 правил создания непобедимой торговой марки / Д. Алессандро. – СПб. : Питер, 2003. – 224 с. – (Деловой бестселлер).

2. Бишоп, С. Тренинг изменений в организации / С. Бишоп, Д. Тейлор. – СПб. : ИНФРА-М, 2002. – 541 с.
3. Бхагвати, Д. В защиту глобализации : пер. с англ. / Д. Бхагвати. – М. : Ладомир, 2005. – 448 с.
4. Джордж, С. Всеобщее управление качеством. Стратегии и технологии, применяемые сегодня в самых успешных компаниях / С. Джордж. – СПб. : Виктория, 2002. – 256 с.
5. Завлин, А. К. Инновационный менеджмент : справ. пособие / под ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. – М. : Центр исследований и статистики науки, 2003. – 415 с.
6. Инновации - фактор экономического роста / П.Г. Никитенко. - Мн. : БИП-С, 2003. - 85 с.
7. Краюхин, Г. А. Инновации, инновационные процессы и методы их регулирования: сущность и содержание / Г. А. Краюхин, Л. Ф. Шайбакова. – СПб. : ГИЭА, 2003.
8. Моисеева, Н. К. Стратегическое управление туристской фирмой / Н. К. Моисеева. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 546 с.
9. Никитенко П.Г. Инновации: учебное пособие / П. Г. Никитенко
10. Шумпетер, И. Теория экономического развития / И. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 224 с.
11. Янковский, К. П. Организация инвестиционной и инновационной деятельности : учеб. пособие / К. П. Янковский, И. Ф. Мухарь. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.