

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ НЕПЕРЕРВНОЇ
ОСВІТИ І ТУРИЗМУ**

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан факультету (директор ННІ)

д.ю.н., проф. Гриценко І. С.

« 6 » 06 2024 р.

“СХВАЛЕНО”

на засіданні кафедри готельно-ресторанної справи та туризму

Протокол № 21 від 5 червня 2024 р.

Завідувач кафедри

д.е.н., проф. Мельниченко С. В.

«РОЗГЛЯНУТО»

/ Гарант освітньої програми «Міжнародний туристичний бізнес»

д.е.н., проф. Левицька І. В.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Інновації в туристичному
та готельно-ресторанному бізнесі**

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітньо-професійна програма «Міжнародний туристичний бізнес»

ННІ неперервної освіти і туризму

Розробник: доцент кафедри, к.е.н., с.н.с. Стретович О.А.

Київ - 2024 р.

Опис навчальної дисципліни
«Інновації в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі»

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	магістр	
Спеціальність	242 «Туризм і рекреація»	
Освітня програма	«Міжнародний туристичний бізнес»	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ЕСТ 8	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	1	-
Семестр	1	-
Лекційні заняття	30 год.	-
Практичні, семінарські заняття	30 год.	-
Лабораторні заняття	-	-
Самостійна робота	60 год.	-
Індивідуальні завдання	-	-
Кількість тижневих годин для денної форми навчання	4 год.	-

1. Мета, завдання, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Інновації в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі» є обов'язковою для підготовки здобувачів освітнього ступеня «магістр» спеціальності 242 «Туризм і рекреація» освітньої програми «Міжнародний туристичний бізнес» та формує у здобувачів вищої освіти знання щодо організаційних, нормативно-правових, управлінських питань інновацій та інноваційних проектів в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі, генерування інноваційних ідей, принципів інноваційного підприємництва та управління стартап проектами, методів оцінювання інновацій в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі, умінь й навичок застосування загально-теоретичних засад для розв'язання конкретних завдань щодо інновацій в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі, підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Метою дисципліни є формування у здобувачів необхідних базових знань з

управління інноваційними процесами, опанування ними методології, яка необхідна для успішного планування, організації, мотивації, контролю та регулювання інноваційної проектної діяльності, набуття навичок адаптації і впровадження проектних рішень у практичну діяльність з метою досягнення найвищої ефективності господарювання та підвищення якості послуг.

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання**:

- надати знання для орієнтування в основних термінах і поняттях інноваційного підприємництва;
- засвоєння студентами теоретичних та практичних базових знань з управління інноваційними процесами;
- опанування здобувачами методології, яка необхідна для успішного планування, організації, мотивації, контролю та регулювання інноваційної проектної діяльності;
- набуття навичок адаптації і впровадження проектних рішень у практичну діяльність підприємств туристичної та готельно-ресторанної галузі;
- навчити студентів принципам та методам управління інноваційними процесами у постійно змінюваних умовах господарювання, прийняття оптимальних, неординарних господарських рішень;
- навчити методам і принципам управління ризиками при виконанні інноваційних проектів.

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК):

ІК. Здатність ставити та успішно вирішувати на достатньому професійному рівні науково-дослідницькі та практичні завдання, узагальнювати практику міжнародного туристичного бізнесу і рекреації, прогнозувати напрями їх розвитку, і вирішувати професійні проблеми та практичні завдання міжнародної туристичної діяльності у процесі роботи та/або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій, зокрема для розвитку туристичного продукту сільських дестинацій та представлення його на міжнародному рівні.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК4. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

ЗК7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)

СК2. Здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації.

СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

СК7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.

СК9. Здатність застосовувати інноваційні методи просування національного туристичного продукту (дестинації) на міжнародний ринок.

програмні результати навчання (ПРН):

ПРН2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації.

3. Програма та структура навчальної дисципліни:

Назва змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		л	п	інд.р	с.р.		л	п	інд.р	с.р.
Змістовий модуль 1. Введення в теорію інновацій, основні поняття										
Тема 1. Основні поняття теорії інновацій	8	2	2	-	4					
Тема 2. Інноваційна політика держави та підприємства	8	2	2	-	4					
Тема 3. Маркетинг інноваційного проекту в туристичному та ГРБ	8	2	2	-	4					
Тема 4. Організаційні структури управління	8	2	2	-	4					
Тема 5. Методологія управління інноваційними проектами в туристичному та ГРБ. Методи пошуку проектних рішень	8	2	2	-	4					
Тема 6. Фінансування інноваційної діяльності	8	2	2	-	4					
Тема 7. Управління ризиками при виконанні інноваційних проектів в туристичному та ГРБ	8	2	2	-	4					
Тема 8. Команда проекту	8	2	2	-	4					
Разом за змістовим модулем 1	64	16	16	-	32					
Змістовий модуль 2. Інноваційне підприємництво та стартап екосистема										
Тема 9. Інноваційне підприємництво	8	2	2	-	4					

Тема 10. Стартап екосистема	8	2	2	-	4					
Тема 11. Дизайн мислення. Визначення проблем, емпатія, пошук і вибір ідей в туристичному та ГРБ	8	2	2	-	4					
Тема 12. Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення, портрет клієнта, ціннісна пропозиція в туристичному та ГРБ	8	2	2	-	4					
Тема 13. Дослідження клієнтів в туристичному та ГРБ. Попереднє дослідження ринку. Валідація ключових гіпотез	8	2	2	-	4					
Тема 14. Мінімальний життєздатний продукт – MVP (Minimum Viable Product)	8	2	2	-	4					
Тема 15. Оцінка ринку. Аналіз конкурентів. Нечесні конкуренти переваги	8	2	2	-	4					
Разом за змістовим модулем 2	56	14	14	-	28					
Усього годин	120	30	30	-	60					

4. Теми практичних занять

№ пор.	Назва теми	Кількість годин
1	Вихідні дані для розробки і аналізу інноваційного проекту	2
2	Складання таблиці інвестиційних потреб. Складання таблиці джерел фінансування	4
3	Складання графіку обслуговування боргу	4
4	Прогноз прибутку	4
5	Аналіз критичних точок беззбитковості проекту	4
6	Прогноз грошових потоків	4
7	Оцінка ефективності проекту	4
8	Аналіз ризику.	4

	Вплив проекту на фінансовий стан підприємства	
	Разом	30

5. Самостійна робота під керівництвом НПП

№ пор.	Назва теми	Кількість годин
1	Ідентифікація різних видів проектів. Аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища інноваційного проекту в туристичному та ГРБ. Визначення зацікавлених сторін інноваційного проекту та їх оцінювання	6
2	Концепція інноваційного проекту. План проекту	6
3	Форми структуризації інноваційних проектів в туристичному та ГРБ	6
4	Обґрунтування доцільності інноваційних проектів	7
5	Управління командою інноваційного проекту	7
6	Складання календарного плану проекту. Побудова сіткового графіку та графіку Ганта. Планування ресурсів інноваційного проекту.	7
7	Управління змінами в інноваційних проектах туристичного та ГРБ	7
8	Планування роботи інноваційного проекту в умовах невизначеності. Ризики проекту	7
9	Складання бізнес-плану інноваційного проекту та розрахунок його ефективності	7
	Разом	60

6. Засоби діагностики результатів навчання:

- модульні тести;
- розрахункові роботи (воркшит);
- екзамен.

7. Методи навчання

Під час викладання дисципліни «Інновації в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі» застосовуються наступні методи навчання:

1. Методи організації і самоорганізації навчально-пізнавальної діяльності:

- словесні (лекція, пояснення, семінарське заняття);
- наочні (ілюстрація, демонстрація);

- практичні (дослідження, практичні роботи, реферати, індивідуальні семестрові завдання);
- опрацювання літературних джерел.

2. Методи навчання за логікою передачі і сприймання навчальної інформації:

- індуктивні (від одиничного до загального, від конкретного до абстрактного);
- дедуктивні (сприяють засвоєнню навчального матеріалу на основі узагальнень).

3. Методи навчання за рівнем самостійності (напруженості) пізнавальної діяльності, якого досягають студенти, працюючи за схемою навчання, запропонованою викладачем:

- репродуктивний;
- проблемний;
- частково-пошуковий;
- дослідницький.

4. Методи навчання за ступенем керівництва навчальною роботою:

- навчальна робота під керівництвом викладача (практична робота в аудиторії);
- самостійна робота студента.

5. Методи стимулювання й мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

- ділова або рольова гра;
- дискусія;
- метод «мозкової атаки»;
- аналіз конкретних ситуацій;
- проблемна лекція.

8. Зразки контрольних питань, тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

8.1. Контрольні питання

1. Основні терміни та поняття інноваційної діяльності.
2. Цілі, види інновацій та їх класифікація.
3. Інноваційний процес і його життєвий цикл.
4. Інноваційні проекти: визначення, ознаки, оточення, основні компоненти, учасники, критерії успіху проектного підходу тощо.
5. Зміст інноваційної політики держави: мета, принципи, функції.
6. Основні напрямки інноваційної політики держави.
7. Взаємозв'язок стратегічного та проектного управління на підприємстві.
8. Розробка стратегій зростання.
9. Розробка та процес створення нового товару.
10. Підходи до встановлення цін на нову продукцію.
11. Причини невдач при створенні нових продуктів.
12. Організаційні структури управління інноваційними процесами та проектами.
13. Організації, що займаються інноваційною діяльністю.
14. Проектування, як вид творчої діяльності.
15. Методи проектування.

16. Системи автоматизації процесу проектування.
17. Структура знань управління проектами.
18. Розробка концепції інноваційного проекту.
19. Планування проекту.
20. Реалізація проекту.
21. Завершення проекту.
22. Інвестиції фірми у процес створення нововведень.
23. Методи комерційного фінансування інноваційних проектів.
24. Бюджетне фінансування інноваційної діяльності.
25. Історія заснування венчурного бізнесу.
26. Характерні особливості венчурного бізнесу.
27. Фінансування венчурного бізнесу.
28. Франчайзинг по нововведенню, що освоюється.
29. Придбання для нового бізнесу діючого спеціалізованого підприємства.
30. Організація венчурного підприємства з нуля.
31. Вимоги до бізнес плану інноваційного венчура.
32. Зміст бізнес-плану.
33. Дайте визначення поняття стартапу.
34. Які якості важливі при формуванні команди?
35. Охарактеризуйте поняття масштабованості. Чому це так важливо для стартапу?
36. Назвіть основні етапи розвитку стартапу. Як ви думаєте, який з них є найскладнішим і чому?
37. Дайте визначення поняттю стартап-екосистеми. Які гравці є ключовими для стартап екосистеми?
38. Охарактеризуйте українську стартап-екосистему. Які ключові гравці є на українському ринку?
39. Наведіть приклади успішних та неуспішних українських стартапів. Як ви думаєте, чому їм вдалося або не вдалося стати глобально відомими?
40. Дайте визначення поняття команди.
41. Які якості важливі при формуванні команди?
42. Опишіть основні ролі, притаманні стартапам. Проаналізуйте ролі в будь-якому українському стартапі.
43. Дайте визначення поняттям місії та візії. Чим вони відрізняються?
44. Які якості важливі для засновника стартапу? Поясніть на прикладі відомого засновника, що дозволило йому чи їй зробити свій продукт успішним.
45. Опишіть методологію дизайн-мислення і її основні етапи.
46. Що таке емпатія? Опишіть методи побудови емпатії.
47. Як правильно проводити емпатичне інтерв'ю? Спробуйте провести інтерв'ю зі своїм викладачем.
48. Як можна знайти глибинну проблему? Опишіть відомі вам способи.
49. Яка мета стадії генерування ідей?
50. Опишіть, які методи генерування ідей вам відомі. Чим вони відрізняються?
51. Що таке брейнстормінг? Опишіть основні правила брейнстормінгу.
52. Дайте визначення Lean Canvas.
53. Опишіть переваги Lean Canvas та характеристики.

54. Чим відрізняються Business Model Canvas та Lean Canvas?
55. Розкажіть, з яких сегментів складається Lean Canvas. Опишіть сегменти Проблема (та альтернативні рішення) та Ідея.
56. Дайте визначення терміну Customer development.
57. Що таке сегментація клієнтів?
58. Чим відрізняються поняття «клієнт» та «користувач»?
59. Опишіть і дайте характеристику Кривої адаптації клієнта.
60. Що таке Кава ціннісної пропозиції? З яких сегментів вона складається?
61. Які елементи циклу customer development вам відомі?
62. Опишіть способи валідації гіпотез. Які інструменти можна використовувати для валідації?
63. Опишіть процес customer development. Яка специфіка проведення customer development для продукту на ранніх стадіях?
64. Які стадії роботи в команді вам відомі? Які їх основні характеристики?
65. В чому складність стадії конфліктування команди? Як можна стабілізувати роботу команди?
66. Які інструменти менеджменту роботи в командах ви знаєте? Опишіть, які з них краще використовувати для маленьких команд, а які для великих?
67. Що таке MVP?
68. Які основні принципи створення прототипу?
69. Які інструменти для формування MVP вам відомі?
70. Опишіть послідовність процесів під час створення MVP
71. Які рівні оцінки ринку вам відомі?
72. Як рахувати TAM? Які інструменти можна використовувати?
73. Навіщо проводити аналіз конкурентів?
74. Які методи аналізу конкурентів можна використовувати?
75. Які критерії для оцінювання конкурентів вам відомі?

8.2. Тестові завдання з дисципліни

- 1) Як називається спосіб, направлений на зниження негативної дії ризиків на проект, при якому створювана продукція проекту може бути закладеним активом при отриманні кредитів. Закладення активу здійснюється у вигляді цесії, або поступки прав, - письмової контрактної угоди між кредитором та позичальником, деталізує зв'язок між термінами і умовами позики і закладеним активом?
 - А. Гарантія;
 - Б. Лімітування;
 - В. Складська довідка;
 - Г. Застава;
 - Д. Опціон.
- 2) Найбільш поширеними джерелами непрямого фінансування інноваційних проектів на підприємстві є:
 - А. Банківський кредит;

- Б. Кошти від емісії цінних паперів;
- В. Купівля на виплату (в розстрочку) або отримання в лізинг (оренду) необхідного для виконання проекту устаткування;
- Г. Придбання ліцензії на використовувати в проекті технологію, з оплатою останньої у формі роялті;
- Д. Кошти від продажу або здачі в оренду вільних активів;
- Е. Розміщення цінних паперів з оплатою у формі постачання або отримання в лізинг необхідних ресурсів;
- Є. Залучення потрібних трудових ресурсів і внесків «під проект» у формі знань, навичок і ноу-хау;
- Ж. Інноваційний кредит.

3) Контроль якості проекту буває:

- А. Тотальним;
- Б. Всеохоплюючим;
- В. Вибірковим;
- Г. Перманентним;
- Д. Статистичним.

4) Виділіть формулу дисконтування грошей (приведення до теперішньої вартості) за методикою складних відсотків.

- А. $PV = FV / (1 + R)^N$;
- Б. $FV = PV \times (1 + R \times N)$;
- В. $PV = FV / (1 + R \times N)$,
- Г. $FV = PV \times (1 + R)^N$.

5) Пейдж є автором методу проектування:

- А. Дослідження споживачів;
- Б. Пошуку меж;
- В. Морфологічний аналіз і синтез проектних рішень;
- Г. Кумулятивна стратегія;
- Д. Функціонально-вартісний аналіз;
- Е. Інжиніринг і реінжиніринг бізнес-процесів;
- Є. Мозкового штурму;
- Ж. Дослідження структури проблеми;
- З. Перемикання стратегії;
- И. Системотехнічний підхід до проектування.

6) Які основні типи інноваційної політики держави та підприємства:

- А. Інноваційна політика соціальної орієнтації.

- Б. Інноваційна політика, яка націлена на зміни політичної структури управління державою.
- В. Інноваційна політика, яка націлена на зміни економічної структури господарського механізму.
- Г. Інноваційна політика «технологічного поштовху».
- Д. Інноваційна політика еволюційного розвитку.
- Е. Інноваційна політика ринкової орієнтації.

7) Для реалізації методів зниження ризику проекту застосовують три основні способи захисту від негативної дії ризиків на проект. Виділіть їх.

- А. Розподіл ризику між учасниками проекту;
- Б. Страхування;
- В. Прискорення здійснення;
- Г. Резервування засобів на покриття непередбачених витрат;
- Д. Нейтралізація.

8) Виділіть чотири типи управлінських команд.

- А. Традиційна команда;
- Б. Нетрадиційна команда;
- В. Неформальна команда;
- Г. Формальна група;
- Д. Проектна команда;
- Е. Група проекту.

9) Однією із специфічних форм страхування ризику проекту є хеджування. Виділіть заходи, що відносяться до хеджування.

- А. Ф'ючерси;
- Б. Довготермінові контракти;
- В. Опціони;
- Г. Складські довідки;
- Д. Купівля на умовах FOB.

10) До яких методів фінансування інноваційних проектів на підприємстві відноситься інноваційний кредит?

- А. Прямих;
- Б. Змішаних;
- В. Диференційованих;
- Г. Непрямих.

- 11) Як називається економічний показник, що розраховується наступним чином "Виручка - Змінні витрати - Постійні витрати без амортизації - Амортизація = ?"
- А. NP;
 - Б. IRR;
 - В. NPV;
 - Г. EBIT;
 - Д. IP;
 - Е. DPB;
 - Є. EBT;
 - Ж. EBITDA.
- 12) Управління інтеграцією відноситься до таких функцій управління проектами:
- А. Комплексних;
 - Б. Базових;
 - В. Варіативних;
 - Г. Інтегруючих;
 - Д. Змішаних.
- 13) Порушення порядку, де порушник точно відомий (він отримує публічне покарання і порядок буде відновлений) називається:
- А. Безлад;
 - Б. Хаос;
 - В. Невизначеність;
 - Г. Дезорганізація.
- 14) Управління комунікаціями відноситься до таких функцій управління проектами:
- А. Комплексних;
 - Б. Базових;
 - В. Варіативних;
 - Г. Інтегруючих;
 - Д. Змішаних.
- 15) Виділіть методи фінансування інноваційних проектів на підприємстві:
- А. Прямі;
 - Б. Змішані;
 - В. Диференційовані;
 - Г. Непрямі.

- 16) Що з нижченаведеного не є характеристикою стартапу?
А) масштабованість.
Б) інноваційність.
В) тимчасовість.
Г) соціальна складова.
- 17) Розташуйте у вірній послідовності етапи розвитку стартапу.
А) Тестування.
Б) Пошук проблеми.
В) Розробка.
Г) Прототипування.
Д) Валідація проблеми та ЦА.
Е) Формування команди.
Ж) Пошук ідеї.
- 18) Що з вищезазначеного є складовими стартап-екосистеми?
А) університети
Б) держава
В) інвестори
Г) підприємці
Д) фонди
- 19) Який з цих стартапів не є українським?
А) Bolt
Б) Grammarly
В) Petcube
Г) Preply
- 20) Бачення, куди стартап і команда рухаються і до чого мають прийти в довгостроковій перспективі - це
А) місія
Б) візія
В) цінності
- 21) Те, що стартап робить і як робить на повсякденній основі, щоб досягти довгострокових цілей - це
А) місія
Б) візія
В) цінності
- 22) Погляди, які розділяються всією командою та є основним критерієм у прийнятті рішень - це
А) місія

- Б) візія
- В) цінності

- 23) Розмістіть у правильній послідовності етапи Дизайн-мислення.
- А) пошук проблеми
 - Б) прототипування
 - В) емпатія
 - Г) тестування
 - Д) генерування ідей
- 24) Що з цього не є задачею Дизайн мислення?
- А) знайти ідею
 - Б) провести глибинний аналіз проблеми, яку ви вирішуєте
 - В) спробувати продати продукт клієнтам
 - Г) створити перший прототип продукту
- 25) Що з цього є правилами проведення інтерв'ю?
- А) Питати не про конкретні кейси, а про загальне життя
 - Б) Ставити більше питань “Чому”
 - В) Ставити чіткі і короткі запитання
 - Г) Ходити великими групами більше 6 осіб, щоб проводити інтерв'ю
- 26) Мета стадії пошуку проблеми - це:
- А) проаналізувати проблеми, отримані під час стадії емпатії і подрібнити їх на вузлі проблеми
 - Б) знайти 2-3 глобальні проблеми, і працювати з ними далі
 - В) знайти рішення до інсайтів, отриманих після стадії емпатії
- 27) Оберіть ті інструменти і методики, які використовуються на першому етапі дизайн-мислення:
- А) аналіз соціальних медіа цільової аудиторії
 - Б) створення прототипу
 - В) глибинне інтерв'ю
 - Г) масове анкетування
 - Д) спостереження
 - Є) брейнштурмінг
- 28) Що є результатом етапу пошуку проблеми?
- А) опис цільової аудиторії
 - Б) задача користувача
 - В) обрана ідея
 - Г) інсайти аудиторії

- 29) Мета етапу генерування ідей - придумати якнайбільше неочевидних варіантів вирішення проблеми. Оберіть ті правила, які застосовуються на етапі генерування, щоб досягнути мети:
- А) зібрати різно профільну команду
 - Б) одразу оцінювати ідеї по критеріях
 - В) відмічати позитивне в кожній ідеї
 - Г) використовувати принцип “так, але..”
 - Д) обговорювати ідеї один за одним
- 30) Перед вами 4 визначення терміну Дизайн-мислення. Виберіть невірне:
- А) спосіб пошуку рішення проблеми через дослідження користувацького досвіду
 - Б) алгоритм створення продукту, в основі якого лежить емпатія
 - В) креативна методологія
 - Г) один з підтипів візуального мислення
- 31) Дизайн-мислення - це циклічний алгоритм. Якщо на етапі тестування ви зрозуміли, що невірно визначили потребу користувача - на який етап вам необхідно повернутися?
- А) емпатія
 - Б) прототипування
 - В) пошук проблеми
 - Г) генерування ідей
- 32) Бізнес модель Lean Canvas складається з:
- А) 5-ти сегментів
 - Б) 8-ми сегментів
 - В) 9-ти сегментів
 - Г) 11-ти сегментів
- 33) НЕ входить до Lean Canvas блок:
- А) ціннісна пропозиція
 - Б) ресурси
 - В) витрати
 - Г) клієнтський сегмент
- 34) Аналіз альтернатив в контексті Lean Canvas - це
- А) як ще можна заробити на продукті
 - Б) як ще люди вирішують проблему
 - В) які ще цільові сегменти ви можете охопити
 - Г) які ще статті витрат ви маєте

- 35) Customer development - це
- А) тестування гіпотез, ідей або конкретного прототипу на цільовій аудиторії.
 - Б) пошук цільової аудиторії
 - В) пропрацювання портрету клієнта
- 36) Оберіть правильну послідовність елементів у Кривій адаптації клієнтів
- А) Рання більшість
 - Б) Новатори
 - В) Пізня більшість
 - Г) Ранні послідовники
- 37) Канва ціннісної пропозиції допомагає:
- А) об'єктивно оцінити функції і параметри продукту
 - Б) вивчити мотивацію клієнтів;
 - В) проектувати і тестувати функціональність продукту/послуги/сервісу;
 - Г) послідовно дослідити всі варіанти досягнення відповідності між потребами клієнтів і вашого продукту;
 - Д) розставити пріоритети та акценти при просуванні продукту.
- 38) Customer discovery - це
- А) валідація наявності проблеми, валідація цільової аудиторії, валідація відповідності рішення проблеми
 - Б) лише пропрацювання портрету клієнта
 - В) лише валідація наявності проблеми
- 39) Customer validation це
- А) оцінка потенційного об'єму ринку
 - Б) валідація готовності потенційних потенційних клієнтів платити за продукт
 - В) валідація проблеми
- 40) Якої стадії динаміки роботи у команді не існує?
- А) Формування
 - Б) Продуктивність
 - В) Валідація
 - Г) Стабілізація
- 41) Стратегічний менеджмент - це
- А) операційне планування процесів
 - Б) формування цілей і напрямку руху команди
 - В) налагодження процесів роботи в команді

- 42) Не є завданням операційного менеджменту
- А) формування візії команди
 - Б) стратегічне планування процесів
 - В) менеджмент завдань команди
- 43) MVP - це
- А) продукт для продажу з усіма необхідними функціями
 - Б) перша версія продукту з мінімумом функцій
 - В) тестова версія продукту з найкращих матеріалів та усіма функціями
- 44) Не є задачею створення MVP
- А) запустити першу мінімальну версію
 - Б) отримати сет найперших користувачів (новаторів)
 - В) отримати фідбеки від перших користувачів
 - Г) покращити продукт
 - Д) продати якнайбільше прототипів
- 45) MVP має
- А) робитися швидко
 - Б) розроблятися повільно і вдумливо
 - В) бути з підручних матеріалів
 - Г) формуватися з тих матеріалів, з яких буде фінальна версія продукту
 - Д) бути повнофункціональним рішенням проблеми
- 46) TAM - це
- А) реалістична частка ринку, яку стартап може завоювати за допомогою доступних йому ресурсів.
 - Б) максимально можливий об'єм ринку, який може охопити теоретично стартап, якщо припустити, що не існує взагалі ніяких обмежень.
 - В) ринок, який може бути охоплений продуктом, враховуючи географічний таргет, портрети ЦА тощо.
- 47) Порядок розрахунку ринку має бути наступним:
- а) SAM-TAM-SOM
 - б) TAM-SOM-SAM
 - в) TAM-SAM-SOM
- 48) Нечесні конкурентні переваги – це:

- А) те, що робить команду/продукт стартапу кращою за команду/продукт конкурентів, і що важко скопіювати
 Б) переваги, отримані в результаті нечесного виведення з гри конкурента вашого продукту на ринку
 В) те, в чому ви гірші за продукт конкурента

9. Методи оцінювання

При вивченні дисципліни «Інновації в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі» застосовуються наступні методи оцінювання: *усний і письмовий*. Контроль з дисципліни складається з поточного контролю, який проводиться у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на заняттях, у формі виступів студентів при обговоренні питань, тощо. Результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією для визначення модульної оцінки і враховуються при визначенні підсумкової залікової оцінки з дисципліни.

Поточний контроль здійснюється під час проведення модульного контролю.

Підсумковий контроль засвоєння модулів здійснюється по їх завершенню на підсумкових заняттях.

Формами контролю засвоєння основного матеріалу курсу є:

1. Опитування студентів під час проведення практичних занять;
2. Контрольні письмові роботи (тести) в аудиторії на практичних заняттях (0,5 год. на тест), як результат засвоєння матеріалу попередніх тем (в elearn);
3. Індивідуальні завдання для самостійного опрацювання додаткового матеріалу по тематиці курсу (в elearn);
4. Екзаменаційне завдання як результат вивчення всього курсу (в elearn).

Розподіл балів, які отримують студенти.

Поточний контроль		Рейтинг з навчальної роботи $R_{НР}$	Рейтинг з додаткової роботи $R_{ДР}$	Рейтинг штрафний $R_{ШТР}$	Підсумкова атестація (екзамен чи залік)	Загальна кількість балів
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2					
0-100	0-100	0-70	0-20	0-5	0-30	0-100

Примітки. 1. Відповідно до «Положення про екзамен та заліки в НУБіП України», затвердженого ректором університету 27.02.2019 р., рейтинг студента з навчальної роботи $R_{НР}$ стосовно вивчення певної дисципліни визначається за формулою

$$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R_{ЗМ}^{(1)} \cdot K_{ЗМ}^{(1)} + \dots + R_{ЗМ}^{(n)} \cdot K_{ЗМ}^{(n)})}{K_{ДИС}} + R_{ДР} - R_{ШТР},$$

де $R_{3M}^{(1)}, \dots, R_{3M}^{(n)}$ – рейтингові оцінки змістових модулів за 100-бальною шкалою;

n – кількість змістових модулів;

$K_{3M}^{(1)}, \dots, K_{3M}^{(n)}$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для відповідного змістового модуля;

$K_{\text{дис}} = K_{3M}^{(1)} + \dots + K_{3M}^{(n)}$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для дисципліни у поточному семестрі;

$R_{\text{др}}$ – рейтинг з додаткової роботи;

$R_{\text{штр}}$ – рейтинг штрафний.

Наведену формулу можна спростити, якщо прийняти $K_{3M}^{(1)} = \dots = K_{3M}^{(n)}$. Тоді вона буде мати вигляд

$$R_{\text{НР}} = \frac{0,7 \cdot (R_{3M}^{(1)} + \dots + R_{3M}^{(n)})}{n} + R_{\text{др}} - R_{\text{штр}}.$$

Рейтинг з додаткової роботи $R_{\text{др}}$ додається до $R_{\text{НР}}$ і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається студентам рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня знань студентів з дисципліни.

Рейтинг штрафний $R_{\text{штр}}$ не перевищує 5 балів і віднімається від $R_{\text{НР}}$. Він визначається лектором і вводиться рішенням кафедри для студентів, які матеріал змістового модуля засвоїли невчасно, не дотримувалися графіка роботи, пропускали заняття тощо.

Для допуску до атестації студент повинен має набрати не менше 60 балів з кожного змістовного модуля, а загалом - не менше, ніж 42 бали з навчальної роботи. Студенти, які протягом навчального семестру набрали менше 42 балів з навчальної роботи, зобов'язані до початку екзаменаційної сесії підвищити свій рейтинг з навчальної роботи, інакше вони не допускаються до екзамену з дисципліни і матимуть академічну заборгованість.

10. Підсумковий контроль

Рейтинг студента з атестації, яка проводиться за тестовими технологіями, визначається за 100-бальною шкалою. Якщо на атестації з дисципліни студент набрав менше 60 балів, то така атестація йому не зараховується - одержані бали не додаються до набраних балів з навчальної роботи, і за студентом зберігається рейтинг з навчальної роботи.

Рейтинг здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни у балах переводиться у національні оцінки згідно з таблицею.

Таблиця. Співвідношення між національними оцінками

Оцінка	Рейтинг здобувача вищої освіти, бали
--------	--------------------------------------

національна	
Відмінно	90-100
Добре	74-89
Задовільно	60-73
Незадовільно	0-59

11. Навчально-методичне забезпечення

1. Силабус дисципліни «Інновації в туристичному та готельно- ресторанному бізнесі».
2. Питання для самоконтролю знань.
3. Перелік запитань для тестової перевірки знань.
4. ЕНК «Інновації в туристичному та готельно- ресторанному бізнесі» -
5. <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4760>

12. Рекомендовані джерела інформації.

Нормативно-законодавчі акти

1. Закон України "Про охорону прав на винаходи і корисні моделі" від 15 грудня 1993 р. № 3687-ХІІ. (дата звернення: 21.02.2024).
2. Закон України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг" від 15 грудня 1993 р., № 3689-ХІІ. (дата звернення: 21.02.2024).
3. Закон України "Про охорону прав на промислові зразки" від 15 грудня 1993 р., №3688-ХІІ. (дата звернення: 21.02.2024).
4. Закон України "Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій" від 14 вересня 2006 р., № 143-V. (дата звернення: 21.02.2024).
5. Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19 березня 1996 р., №93/96-ВР. (дата звернення: 21.02.2024).
6. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18 вересня 1991 р., №1560-ХІІ. (дата звернення: 21.02.2024).
7. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р., №40-IV. (дата звернення: 21.02.2024).
8. Закон України "Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки" від 11 липня 2001 р., №2623-III. (дата звернення: 21.02.2024).
9. Наказ Державного агентства України з інвестицій та інновацій «Про формування бази даних інвестиційних та інноваційних програм і проектів, міжнародних інвестиційних та інноваційних програм і проектів, у виконанні яких беруть участь вітчизняні державні підприємства в рамках міжнародного інноваційного співробітництва, а також відповідних грантів» від 17 березня 2008 №13. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 2 квітня 2008 р. №278/14969. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0278-08>. (дата звернення: 21.02.2024).

Список основної літератури

1. Гросул В., Балацька Н. Digital-маркетинг як дієвий інструмент антикризового розвитку підприємства ресторанного бізнесу в період пандемії та її рецесії. Підприємництво та інновації. 2020. № 11–2. С. 7–12. [Електронний ресурс] – Режим доступу: DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.20> (дата звернення: 21.02.2024).
2. Інноваційні технології у готельному господарстві : навч. посіб. / Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. – 150 с.
3. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посібник / Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. – 373 с.
4. Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу. 27 Січня, 2022 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://newfood.media/2022/01/27/innovatsiyni-tekhnohii-u-sferi-restorannoho-biznesu/> (дата звернення: 21.02.2024).
5. Кіш Г. В. Інноваційні технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 6(12). С.65 – 77. [Електронний ресурс] – Режим доступу: DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6\(12\)-65-77](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6(12)-65-77) (дата звернення: 21.02.2024).
6. Коркач Г.В., Котузаки О.М., Нікітчина Т.І., Шунько Г.С. Технологічні інновації в ресторанному бізнесі для забезпечення конкурентоспроможності закладу. Економіка харчової промисловості. 2021. Т. 13. Вип. 4. С. 69–74. [Електронний ресурс] – Режим доступу: DOI: <https://doi.org/10.15673/fie.v13i4.2194> (дата звернення: 21.02.2024).
7. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Пасічник М. П. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 40. [Електронний ресурс] – Режим доступу: DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11> (дата звернення: 21.02.2024).
8. Лисюк, Т., Терещук, О., & Пасічник, М. (2022). Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. Економіка та суспільство, (40). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11> (дата звернення: 21.02.2024).
9. Лістрова О. С. Інструменти інноваційного маркетингу готельного господарства / О. С. Лістрова, О. О. Матвієнко, Т. В. Соломина // Економічний вісник. – 2020. – № 2. – С. 105–114. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ev.nmu.org.ua/docs/2020/2/EV20202_105-114.pdf (дата звернення: 21.02.2024).
10. Лютак О.М., Баула О.В., Баула В.В. Інноваційні технології в міжнародній готельній індустрії. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2023. Вип. 19. Т. 1. С. 10 – 18. [Електронний ресурс] – Режим доступу: DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.1.19.10-18>. (дата звернення: 21.02.2024).

Список додаткової літератури і матеріалів

1. . Влащенко Н. М. Впровадження логістичних систем в діяльність туристсько-рекреаційного комплексу / Н. М. Влащенко, Д. Ю. Безкровний // Теорія та

- практика управління розвитком економіки: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (10 жовтня 2019 р.; м. Київ). – Київ, 2019. – С. 337–340.
2. Геліх А. О. Аутстафінг у готельно-ресторанному господарстві / А. О. Геліх // Новації в технології та обладнанні готельно-ресторанних, харчових і переробних виробництв: міжнародна науково-практична інтернет-конференція, 24 листопада 2020 р. / під заг. ред. В. М. Кюрчева. – Мелітополь : ТДАТУ, 2020. – С. 257–259.
 3. Журавльова С.М., Гурова Д. Д., Цвілий С.М., Кукліна Т.С., Михайлик Д.П. Технології віртуального інформаційного простору в індустрії гостинності. Science, innovations and education: problems and prospects. Proceedings of the 14th International scientific and practical conference. (August 25-27, 2022). CPN Publishing Group. Tokyo, Japan. 2022. 487 p. Pp. 425-430. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://sci-conf.com.ua/xiv-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-science-innovations-and-education-problems-and-prospects-25-27-08-2022-tokio-yaponiya-arhiv/> (дата звернення: 21.02.2024).
 4. Інновації в готельному бізнесі. Миронов Ю.Б. Матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф. "Інноваційний розвиток готельно-ресторанного господарства та харчових виробництв". Прага: Oktan Print, 2020. 232 с. С.186-187. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/myronov43.htm (дата звернення: 21.02.2024).
 5. Кіш Г., Шпіс Н. Завдання, мета та інструменти антикризового менеджменту ресторанних підприємств в умовах пандемії Covid-19. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2022. Випуску № 1 (34). С. 96-101. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/34_2022/18.pdf (дата звернення: 21.02.2024).
 6. Максименко О.Р., Красножон С.В. Інноваційні технології у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі. Збірник наукових праць ХКТЕІ. 2020. №16. С. 252 – 261.
 7. Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції, «Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі», 23 листопада 2021 р. – К.: НУХТ, 2021 р. – 269 с.
 8. Матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції «Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі», 19 - 20 травня 2020 р. – К.: НУХТ, 2020 р. – 305 с.
 9. Міхненко М., Лихолат О., Вишнікіна О. Екологічність та свідоме споживання як інноваційний напрям розвитку індустрії гостинності України. Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування: тези доп. IV Міжнар. наук.- практ. конф. (21 вересня 2022 року, м. Львів) / за заг. ред. Н. Павленчик. Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. 272 с.
 10. Нікольчук Ю. М. Готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, фінансове забезпечення, інвестиційна привабливість та перспективи подальшого розвитку в Україні / Ю. М. Нікольчук // Бізнес Інформ. – 2020. – № 5. – С. 218–226.
 11. Соколенко А. С. Інноваційні ресторанні технології : конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа / К. В. Свідло, А. С. Соколенко,

М. І. Писаревський ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 151 с.