

Оглавление

Введение

Глава 1

Теория инноваций

- 1.1. Инновация: понятие, функции, роль в современном мире
- 1.2. Инноватика — наука об инновациях
- 1.3. Жизненный цикл инновации
- 1.4. Виды и типы инноваций

Глава 2

Особенности внедрения и распространения инноваций.

- 2.1. Механизмы распространения инноваций
- 2.2. Социокультурный эффект инноваций
- 2.3. Инновационные ошибки
- 2.4. Инновационные конфликты и возможности их разрешения

Глава 3

Факторы, влияющие на успешность инновационных процессов

- 3.1. Инновационный потенциал личности
- 3.2. Инновационный потенциал группы
- 3.3. Инновационная активность организации
- 3.4. Инновационная культура общества
- 3.5. Инновационная культура России

Глава 4

Методики активизации инновационного процесса

- 4.1. Методы активизации творческого мышления
- 4.2. Стимулирование инновационной активности в группе.
- 4.3. Стимулирование инновационной активности в организации

Глава 5

Основные модели инновационной деятельности

- 5.1. Зарубежные модели инновационной деятельности
- 5.2. Роль государства в различных моделях инновационного процесса
- 5.3. Организация инновационной деятельности в России.

Глава 6

Инновации в процессе производства туристического продукта

- 6.1. Основы туристического производства
 - 6.1.1. Факторы туристического производства
 - 6.1.2. Средства производства туристического продукта
 - 6.1.3. Технологии производства туристического продукта
- 6.2. Глобализация как фактор инноватизации туристического производства
- 6.3. Транснационализация как современная тенденция на мировом туристическом рынке

Глава 7

Технологический прогресс как фактор инноваций в туристическом бизнесе

- 7.1. Автоматизация и виртуализация как характеристики туристических корпораций нового поколения
- 7.2. Основные направления автоматизации и виртуализации современного туристического бизнеса
 - 7.2.1. Глобальные системы бронирования и резервирования
 - 7.2.2. Туристские ресурсы Интернет

Глава 8

Формы инновационного предпринимательства в туризме

- 8.1. Трансформации организационной структуры туристической компании и корпоративных систем управления персоналом
- 8.2. Инновационная модель организационной структуры туристической корпорации

8.3.Туристическая корпорация как сетевая структура

8.4.Стратегическое сотрудничество в рамках туристического производства

Глава 9

Инновации в сфере государственного регулирования туристического рынка

9.1.Направления государственного регулирования туристического рынка

9.2.Инновации в сфере государственного регулирования и саморегулирования туристического рынка

Глава 10

Инновации в сфере маркетинга

10.1.Содержание и цели маркетинга в сфере туризма

10.2.Брэнддинг как инновационный инструмент продвижения туристического продукта

Заключение

Приложения

Список литературы