

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”


В.Н.Шимов

“ 25 ” 02 2015 г.

Регистрационный № УД 1716-15 /баз.

**ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ И
РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для магистрантов по специальности 1-25 81 09 «Коммерческая деятельность»

СОСТАВИТЕЛЬ:

*Валевич Р.П., профессор кафедры экономики торговли, учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»,
Кандидат экономических наук, профессор.*

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

*Акулич И.Л., зав.кафедрой маркетинга, учреждения образования
«Белорусский государственный экономический университет»,
доктор экономических наук, профессор.*

*Брезовская В.В., начальнику управления организации торговли
Министерства торговли Республики Беларусь.*

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики торговли Учреждения образования
«Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 7 от 8 января 2015 г.)

Научно-методическим советом Учреждения образования
«Белорусский государственный экономический университет»
(протокол №3 от 18.02.2015)

Ответственный за редакцию: Валевич Р.П.

Ответственный за выпуск: Валевич Р.П.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Концепцией и программой социально-экономического развития Республики Беларусь в 2011 – 2015 гг на основе инновационного обновления, базирующейся на экономике знаний и учитывающей современные тенденции мирового хозяйства и процессы глобализации, интернационализации, предусмотрено включение их в реализацию программных документов всех субъектов хозяйствования от производства до сферы обращения и услуг. Если в материальном производстве уже имеются некоторые положительные результаты влияния инновационных мер на процессы создания инновационных продуктов, то сфера обслуживания (обращения) пока реально не включена в реализацию концептуальных направлений развития экономики Республики Беларусь. Необходимость осознания роли сферы обслуживания в обеспечении коммерциализации результатов инновационного развития, создании дополнительных конкурентных преимуществ, повышении эффективности бизнеса, развитии потребностей, накопленный мировой опыт в области инновационного обновления предопределили актуальность введения в учебный процесс и целесообразность разработки новой учебной дисциплины.

Цель преподавания дисциплины «Инновационные технологии развития торговли и ресторанного бизнеса» заключается в получении теоретических и практических знаний в области создания и развития инновационной системы хозяйствования организаций сферы товарного обращения, встроенной в общую инновационную систему, мировой и национальной экономики.

Задачи изучения дисциплины:

показать неизбежность появления «экономики знаний», связь инновационной системы с экономикой страны;

показать хронологию и охарактеризовать процессы замещения технологических укладов, сформированных под воздействием развития НТП;

охарактеризовать суть понятий: инновация, инновационное предпринимательство, инновационная деятельность, инновационные технологии, инновационный процесс, коммерциализация;

продемонстрировать преимущества инновационного развития экономики;

охарактеризовать этапы вхождения Республики Беларусь в мировой инновационный процесс;

выявить закономерности и тенденции инновационного обновления рынка потребительских товаров и услуг;

показать особенности и направления технологического обновления ресторанного бизнеса;

обобщить достижения мировой и отечественной теории и практики в области инновационного обновления ресторанного бизнеса;

изучить алгоритм разработки инновационного проекта и методику оценки их социально-экономической эффективности;

сформировать у студентов устойчивую потребность к инновационному обновлению сферы деятельности и бизнеса.

В результате изучения дисциплины «Инновационные технологии развития торговли и ресторанного бизнеса» студент должен:

ЗНАТЬ:

- основы инновационной экономики, сущность, формы инновационного предпринимательства, источники инновационного развития;
- экономическую сущность и виды инноваций;
- основные предпосылки формирования модели экономики инновационного типа;
- нормативные документы, регулирующие инновационный процесс в Республике Беларусь;
- факторы, способствующие и тормозящие инновационный процесс;
- механизм коммерциализации научных идей, инновационной продукции;
- принципы достижения и реализации успешных инновационных решений;
- особенности и направления инновационного обновления общественного питания и ресторанного бизнеса;
- основы инновационного и инвестиционного проектирования;
- финансовые источники инновационного обновления;
- показатели оценки эффективности и рисков инновационного обновления экономики, торговли и ресторанного бизнеса.

УМЕТЬ:

- Исследовать конъюнктуру рынка на рынке потребительских товаров и услуг, выявлять новые потребности удовлетворение которых требует инновационных решений ;
- оценивать инновационный потенциал организаций сферы товарного обращения и определять направления повышения эффективности его использования;
- разрабатывать инвестиционные проекты инновационного обновления организаций сферы товарного обращения;
- устанавливать контакты с поставщиками инновационной продукции и ее покупателями;
- создавать инновационные услуги в торговле и объектах ресторанного бизнеса;
- определять емкость рынка и перспективу инновационного развития сферы товарного обращения и обслуживания.

ИМЕТЬ НАВЫКИ:

- определения показателей эффективности инновационной деятельности;
- разработки бизнес-планов проектов инновационного обновления деятельности общественного питания (ресторанов) и торговых объектов;
- оценки инновационных рисков и их страхования;
- расчета покупательского спроса на инновации.

Изучение теории и практики инновационного обновления деятельности организаций сферы товарного обращения базируется на знании основ экономических дисциплин: бакалаврского уровня подготовки специалистов.

Форма контроля уровня знаний студентов - экзамен

Промежуточный контроль: - проведение индивидуальных исследований проблем и перспектив развития торговли и объектов ресторанного бизнеса

**Тематический план дисциплины «Инновационные технологии
развития торговли и ресторанного бизнеса»**

Тема	Объем работы в часах									
	всего	из них								сам ост. Раб.
		о	лекции	семина ры	практич еские занятия	лаб.зан				
1. Инновационное обновление – база развития мировой и национальной экономик	8	2		-		-		-		6
2. Инновации и инновационная деятельность – как объект исследования, внедрения и управления	8	2		-		2		-		4
3. Коммерциализация инноваций-экономическая основа развития инновационной экономики	10	2		-		2				4
4. Инновационные технологии развития торговой деятельности (сферы товарного обращения)	14	4		-		4				6
5. Особенности инновационного обновления ресторанного бизнеса	14	4		-		4				6
6. Инновационные проекты: методика разработки и оценка целесообразности их реализации	12	2		-		-		6		2
Итого	66	20				12		6		28

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Инновационное обновление – база развития мировой и национальной экономик

Научно-технический и технологический прогресс – важнейший фактор экономического развития. Цели, задачи, направления влияния инновационной деятельности на социально-экономические системы. Формирование «новой экономики», ее характерные особенности, факторы, обуславливающие развитие.

Инноватика, как наука изучающая методологические основы обоснования экономических решений по управлению инновационной деятельностью, продвижению на рынок инновационных продуктов. Теория инноватики и ее современные концепции. Изменение роли инновационной деятельности на различных этапах экономического развития. Функции теории инновационной экономики. Методы и цели теории инновационной экономики. Вклад крупнейших ученых в развитие инноваций. Модель кругооборота в инновационной экономике.

Технологические уклады: понятие, характеристика, влияние на экономический рост и рынок потребительских товаров и услуг. Потенциал государства и его взаимосвязь с соответствующим технологическим укладом. Характеристика процессов вхождения Республики Беларусь в мировой инновационный процесс.

Концепция инновационного социально-экономического развития Республики Беларусь. Показатели инновационного развития. Государственное регулирование инновационной деятельности. Инновационная политика Республики Беларусь: цель, задачи, содержание, механизм разработки. Методы государственного регулирования и поддержки роль государственно-частного партнерства в повышении инновационного потенциала, страны инновационной деятельности субъектов хозяйствования. Государственные программы: цель, задачи, порядок разработки. Инновационные фонды: образование и использование. Органы управления инновационной деятельностью: виды, назначение, функции. Национальная Академия Наук Республики Беларусь как координатор и производитель научных идей и научной продукции. Экономические, отраслевые и местные органы управления инновационной деятельностью. Зарубежный опыт поддержки инновационной деятельности.

Инновационная инфраструктура: цель, задачи, элементы функции. Виды инновационной инфраструктуры: научно-технологические парки и их ассоциации; инновационные бизнес-инкубаторы; инновационные центры и центры технологического трансфера, силиконовые долины, свободные экономические зоны, технополисы, наукограды и другие региональные формы организации инновационной деятельности. Условия их создания и развития.

Тема 2. Инновации и инновационная деятельность - как объект исследования, внедрения и управления

Понятие: «инновационный процесс». Основные характеристики: системность, цикличность, неопределенность, экономико-социальная значимость. Пофазная характеристика инновационного цикла: концентрация ресурсов, генерирование инновационных идей, создание нового товара, вывод товара на рынок, получение дохода от инвестиционной деятельности, распределение дохода от инновационной деятельности. Основные этапы инновационного цикла: фаза создания инновации, фаза использования инновации. Субъекты, источники и результат инновационного процесса. Основные характеристики, определяющие сущность инновации. Источники инновационных идей, носители инноваций. Виды инноваций, классификация по содержанию, уровню новизны, причинам возникновения, сферам применения, масштабам распространения и другим признакам. Понятие «круг инноваций» и необходимость его учета при принятии инновационных решений. Жизненный цикл инновации и его отличительные особенности от жизненного цикла товара. Кривая смертности идей: построение, содержание.

Факторы успеха инноваций, функции инноваций. Показатели, характеризующие уровень работы организации с нововведениями. Инновационная деятельность: сущность, понятие, цели, задачи, содержание, этапы. Связь понятий, инновационная деятельность и инновационное предпринимательства и принципы обеспечения реализации концепции инновационной деятельности; необходимость целенаправленного и постоянного анализа источников инновационных возможностей; нацеленность на соответствие инновационных идей потребности и достижению конечного результата; постоянный мониторинг тенденций обновления потребностей и спроса потребителей; обновляемость научных знаний в области инноваций. Планирование инновационных процессов.

Инновационные стратегии: базовые, интеграционного роста диверсификационного роста, сокращения. Экономическая стратегия: суть, правила и приемы поведения организации. Порядок формирования инновационной стратегии. Фундаментальность исследования: содержание, особенности, функции. Научно-исследовательская и опытно-конструкторская работа. Отраслевые научные организации: виды, цели. Цикличность инновационной деятельности: большие инновационные циклы и циклы Кондратьева (макроуровень). Особенности введения инновационной деятельности на микроуровне субъектами хозяйствования. Малое инновационное предпринимательство. Источники финансирования инновационной деятельности. Риски инновационной деятельности и методы их страхования.

Тема 3. Коммерциализация инноваций – экономическая основа развития инновационной экономики

Направленность инновационного обновления на обеспечение цикла развития экономики: население (работники) – рынок труда – производство товаров и социальных благ – рынок – потребление социальных благ.

Коммерциализация – как способ обеспечения результативности инновационной деятельности и оценки уровня реализуемости научных идей и научной продукции. Понятие «коммерциализация», задачи, принципы, условия взаимосвязь и взаимодействие инноваций и конкурентоспособности товара (услуги). Особенности процесса коммерциализации научных идей.

Пирамида уровня конкурентоспособности товара с позиций товаропроизводителя и покупателя (потребителя). Специфика поведения потребителя и ее влияние на восприятие им новых товаров. Учет интересов потребителей - основа успеха коммерциализации. Цели коммерциализации. Принципы реализации коммерциализации. Способы коммерциализации. Базовые стратегии бизнеса, позволяющие превратить объект интеллектуальности в коммерческий продукт. Основные научные методы определения предполагаемой эффективности от изменения инноваций. Ранжирование инновационных мер по их значимости с точки зрения полученного эффекта.

Понятие инновационного лага. Стадии инновационного лага. Факторы, определяющие длительность инновационного лага.

Этапы процесса коммерциализации.

Коммерциализация технологий – первичный объект интеллектуальной собственности и объект купли-продажи. Алгоритм проведения процесса коммерциализации технологий.

Коммерциализация новой продукции и её роль в обеспечении реализации затрат на инновационную деятельность. Этапы коммерциализации новой продукции. Роль маркетинговой деятельности в процессе коммерциализации новой продукции. Методы оценки привлекательности нового продукта для покупателя и продолжительности инновационного лага. Критерии и методы оценки уровня восприятия рынком товара. Классификация покупателей по степени восприятия новинок. Пути продвижения новинок на рынок. Аутсорсинг как метод продвижения на рынок новых товаров. Понятие аутсорсинга, его разновидности, выгоды применения.

Роль трейд-маркетинга в изучении и удовлетворении потребностей торгового звена в новой продукции белорусских исследователей, получивших коммерческое признание в последние годы.

Тема 4. Инновационные технологии развития торговой деятельности

Специфика формирования рынка потребительских товаров и услуг. Функции потребительского рынка и их взаимосвязь с инновациями. Понятие торговой инновации и её отличие от промышленных инноваций и инноваций других отраслей деятельности. Функции торговой инновации. Внешние и внутренние факторы и условия, определяющие необходимость и обеспечивающие внедрение инновационных технологий и продуктов в деятельности торговых организаций. Цели инновационного развития торговли.

Природа и структура инновационного потенциала сферы торговой деятельности.

Факторы и условия, способствующие его инновационному развитию торговли: методы исследования состояния инновационного потенциала сферы товарного обращения. Причины, снижающие и повышающие скорость инновационного обновления сферы товарного обращения.

Показатели оценки и состояния инновационного развития торговой отрасли Республики Беларусь. Органы государственного управления инновационной деятельностью в сфере товарного обращения. Нормативно-правовое обеспечение инновационного процесса в сфере товарного обращения.

Классификация торговых инноваций: по степени инновационных преобразований; по направлениям инновационного обновления (модель ТАМО); по функциям торгово-технологической деятельности; по степени важности и первоочередности решения проблем для обеспечения конкурентоспособности торговых организаций.

Влияние базовых инноваций на развитие потребительского сектора. Три волны инноваций и их влияние на структуру потребностей, ассортиментную структуру товарооборота и потребления. Тенденции развития международной торговли и их воздействие на процессы инновационного обновления торговли Республики Беларусь.

Показатели и методика оценки эффективности инновационной деятельности в сфере товарного обращения.

Основные направления инновационного обновления торговли Республики Беларусь: развитие сетевого бизнеса, информационное обновление торговли, развитие стратегического управления, механизм внедрения системного риск-менеджмента, внедрение в практику торговой деятельности новых торговых форматов (дискаунтеры, супермаркеты, гипермаркеты, торговые центры и др.), развитие торговой логистики, инновационное обновление МТБ торговли, внедрение инновационных методов управления персоналом.

Тема 5. Особенности инновационного обновления ресторанного бизнеса

Механизм приспособления, как метод ликвидации дефицита инноваций в общественном питании. Способы ликвидации дефицита инноваций: внешняя корректировка (разработка необходимых законов, программ, методическое обеспечение); внутренняя корректировка (обеспечение согласованности экономических интересов всех участников торгово-производственного инновационного процесса), устранение ограничений (не востребованность инноваций, недостаточность финансовых ресурсов, несогласованность экономических процессов, слабая развитость потребностей и потребительского спроса, особенности национального потребления)

Методы привнесения инноваций в общественное питание Республики Беларусь: вход на рынок иностранных сильных сетей из стран ближнего и дальнего зарубежья; путем осуществления стратегии внешнего и внутреннего роста; приобретения активов уже действующих на рынке национальных операторов; путем продажи интеллектуальных прав на фирменное наименование иностранного оператора.

Специфика инновационного процесса в ресторанном бизнесе (организациях общественного питания)

Классификация инновационных технологий, используемых в международной практике ресторанного бизнеса: а) инновационные форматы организации: фри-фло (free – flow, quick @ casual, Food – court) кофейня, уличное питание (street – food), еда и развлечение I fun), веселая еда (fun food), ресторан быстрого обслуживания (QSP), фрэш-бар, открытая кухня (front cooking); б) инновационные концепции организаций общественного питания (основные на популярных фильмах, использующие известные имена политиков, спортсменов, актеров и т.п.; созданные под целевую аудиторию, связанные с кардинальным преобразованием всего ресторанного процесса, использующие тему воды, экологии и т.п., основанные на предоставлении широкого обзора, основанные на здоровом питании, основанные на применении необычных скидок, связанные с эпатажными темами ресторанов; в) инновационные методы и формы обслуживания, способы подачи блюд (кайтены, кейтеринг, технология Smart Café, съедобная кухня и др); г) инновационная технология приготовления блюд (основанная на молекулярной кухне); д) инновационное оборудование и инновационная посуда (пароконвектомат, оборудование для открытой кухни, комплексная система автоматизации кофейни и др.); е) информатизация и компьютеризация процесса обслуживания гостей ; ж) инновационные средства рекламы; з) инновационное управление ассортиментом и процессом развития авторской кухни; и) инновационная логистика; к) инновационное управление качеством торговых услуг и услуг, связанных с обслуживанием; л) инновационные управленческие технологии.

Зарубежный опыт использования инновационных технологий в ресторанном бизнесе. Состояние и направления инновационного обновления общественного питания Республики Беларусь.

Тема 6. Инновационные проекты: методика разработки и оценка целесообразности их реализации

Инновационный проект: понятие, цели задачи, структура. Типы инновационных проектов в зависимости от их назначения.

Методика разработки инновационного проекта: определение сути, философии, идеи проекта; классификация проектов; предпроектное проектирование; разработка макета программы; исследование состоятельности проекта; корректировка программы по результатам экспертизы; разработка плана реализации проекта, согласование проекта программы с вышестоящими организациями, учредителями; реализация проекта и контроль за её доходом). Экспертиза проектов: понятие, принципы организации, методы и технология проведения.

Факторы и показатели, по которым оцениваются инновационные проекты. Требования, предъявляемые к оформлению документов, представляемых на экспертизу инновационных проектов.

Методика разработки бизнес – плана инновационного проекта и оценки его эффективности. Инвестиционные ресурсы организации. Проектные риски и их оценка. Методы снижения и диверсификация рисков. Оценка эффективности инновационных проектов, и инновационной деятельности. Показатели экономической эффективности инновационной деятельности; доход полученный в результате инноваций (прирост дохода, удельный вес дохода от инноваций в общей сумме дохода в отчетном периоде и в динамике) показатели изменения расходоемкости одного блюда, инновационного процесса, инновационного обновления до и после введения инноваций, прибыль полученная от инноваций и интегральный бюджетный эффект.

Основы управления инновационными проектами: а) определение типа инновации (пошаговые, социальные, технические, революционные, локальные, архитектурные, технологические, процессные, продуктовые, прикладные, маркетинговые, организационные, инновации в закупках); б) улучшение информационного и программного обеспечения стратегического планирования (обновление ассортимента, сетевая организация бизнеса, институциональное обновление, инновационное качество услуг, инновационный менеджмент, риск – менеджмента); в) адаптация теории инноватики к реалиям рынка; г) исследование опыта внедрения инновационных технологий ведущими мировыми брендами и торговыми сетями; д) определение целей инновационного обновления; е) разработка проекта инновационного обновления с разработкой бизнес – плана; ж) определение источников финансирования проектов; з) оценка эффективности проекта в стадии разработки и по результатам реализации; и) пилотное сопровождение проекта. Пути повышения эффективности инновационной деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Закон Республики Беларусь от 08.01.2014 г. № 128-3. «О государственном регулировании торговли и общественном питании в Республике Беларусь (принят Палатой Представителей 16.12.2013 г., одобрено Советом Республики 19.12.2013 г., зарегистрирован в Национальном реестре правовых актов Республики Беларусь 15.01.2014 г. № 2/2 126
2. Современные торговые технологии/ ежемесячный научно-практический журнал – М.: Просвещение – 2007 г.
3. Граут Дже, Ривкинс Дифференцируйся или умирай! Выживание в эпоху убийственной конкуренции. – СПб.: Питер, 2012-304 с.
4. Сирий, В.К. Ресторанный бизнес: управляем профессионально и эффективно / В.К. Сирий, И.О.Бухаров, с.13. Ярков, Ф.Л.Сокирянский – М.: Эксмо, 2008 г.- 352 с.
5. Антонец, В.А., Нечаева Н.В., Хомкин К.А., Шведова В.В. Инновационный бизнес: формирование моделей коммерциализации перспективных разработок: учеб. Пособие /под. Ред. К.А.Хомкина – М.: Издательство «Дело» АНХ, 2009 г.- 320 с.
6. Экономика инноваций. Учебник/ под. ред.проф. В.Я. Горфинкеля. –М.: Вузовский учебник, 2012 г.- 416 с.
7. Лутохина, Э.А. Мотивационно-стимулирующее регулирование инновационного развития: сила и власть мотивов: монография / Э.А.Лутохина – Минск: Акад. Управ. При Президенте Республики Беларусь, 2013 г. -207 с.
8. Пигунова, О.В. Инновации в торговле, Минск, «Вышэйшая школа» 2012. -222 с.

Дополнительная:

9. Друкер, Питер, Бизнес и инновации, перевод с англ. – М.: ООО, И.Д.Вильямс 2009 г. – 432 с.
10. Управление технологией и инновациями в Японии « Management of technology and innovation in Japan» сборник статей : перевод с английского / редакторы : К.Дерстатт и др.) – Москва: Волтерс Клувер, 2009 г. – XVIII 492 с.
11. Горенбургов, М.А., Бизнес-планирование в гостиничном и ресторанном деле: учебное пособие /М.А.Горенбургов, А.Л.Медведев; Балтийская академия туризма и предпринимательства. – Санкт-Петербург. ДАРК, 2008 г.-195 с
12. Джеймс, Джон / Управление рестораном (перевод с английского)/ Джон Джейсон, Дэн Болдуин – Москва, Проспект Велби, 2008.– 436 с.
13. Тугускина, Г.М., Торговый менеджмент. Учебное пособие/ Г.Н. Тугускина. В.М. Тимирьянова – Ростов н/Д: Феникс, 2014-220 с.

14. Мрочковский, Н.А. Интернет-маркетинг без бюджета, как продвигать, если денег нет или их мало(+вебинар)/ Н. Мрочковский, А.Торенюк - СПб.: Питер, 2014-192 с.
15. Андерсон, Э., Тренкл Б. Аутсорсинг в продажах / Эрин Андерсон, Боб Тринкл; пер. с англ. –М.: Издательство «Добрая Книга», 2006. -416 с.
16. Ивасенко, А.Г. Информационные технологии в экономике и управлении: учебное пособие/ А.Г. Ивасенко, А.Ю. Гридасов, В.А. Павленко. – 4-е изд. студ. – М.: Кнорус, 2013. – 158 с.
17. Балдин, К.В. Инвестиции в инновации: учебное пособие / К.В. Балдин, И.И. Передеряев, В.С. Голов – М.: издательско-торговая корпорация «Дашков ИКО», 2008. -238 с.

Вопросы к экзамену
по дисциплине «Инновационные технологии развития торговли и
ресторанного бизнеса»

1. Основополагающий фундамент транзитивной (трансформационной) экономики – инновационный путь развития
2. Предпосылки формирования модели экономики инновационного типа
3. Связь инновационного развития с конкурентоспособностью страны, организаций, товара
4. Цели развития инновационной деятельности
5. Технологический уклад - как отражение достижений в области научно-технического прогресса
6. Хронология и характеристика технологических укладов
7. Глобализация экономики и ее влияние на инновационную глобализацию
8. Инфраструктура инновационной экономики
9. Показатели инновационного развития экономики
10. Понятия: «инновация», «инновационная деятельность», «инновационный потенциал», «инновационные технологии»
11. Классификация инноваций
12. Жизненный цикл инновации и товара и формы их взаимодействия
13. Характеристика этапов вхождения Республики Беларусь в мировой инновационный процесс
14. Факторы, способствующие и тормозящие инновационный процесс
15. Коммерциализация инноваций – важнейший этап инновационного процесса
16. Место и роль сферы товарного обращения в системе инновационного развития экономики страны
17. Понятие «торговая инновация»
18. Взаимосвязь между инновационным развитием и конкурентоспособностью организаций
19. Влияние инноваций на развитие рынка потребительских товаров и услуг
20. Использование политики приспособления в целях ликвидации дефицита инноваций в торговой отрасли Республики Беларусь
21. Показатели оценки эффективности внедрения инноваций в торговую деятельность
22. Методы и способы регулирования инновационной деятельности
23. Инновационное развитие качества торговых услуг
24. Инновационное управление ассортиментом в торговле и общественном питании
25. Суть инновационной логистики
26. Инновационные стратегии развития организаций
27. Информационные инновационные технологии
28. Торговые сети как источник создания, использования и распространения торговых инноваций.
29. Риски инновационного развития и методы их страхования

30. Состав и структура сферы услуг. Отличительные особенности услуги от товара.
31. Классификация услуг
32. Платные услуги – предмет рыночных отношений
33. Состояние и тенденции развития рынка услуг.
34. Факторы, определяющие направления развития рынка услуг
35. Формы обслуживания – способ предоставления услуг
36. Понятие «услуга общественного питания»
37. Классификация услуг общественного питания
38. Особенности поведения потребителей услуг объектов сферы товарообращения
39. Требования, предъявляемые к качеству торговых услуг в условиях развития инновационной экономики.
40. Инновационные технологии приготовления блюд
41. Инновационное оборудование и инновационная посуда
42. Инновационные форматы организаций (объектов) общественного питания
43. Инновации, связанные с выбором концепции (темы) формата организации (ресторана)
44. Инновационные методы и формы обслуживания
45. Управленческие инновации
46. Инновации в управлении персоналом
47. Инновационные способы подачи блюд
48. Инновационные средства рекламы
49. Зарубежный опыт использования инноваций технологий в общественном питании
50. Социально-экономические предпосылки и факторы, способствующие развитию объектов быстрого питания и обслуживания
51. Современные форматы ресторанного бизнеса
52. Отличительные признаки форматов быстрого питания и обслуживания
53. Классификация организаций быстрого питания и обслуживания
54. Конкурентные преимущества объектов быстрого питания и обслуживания: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы.
55. Технология функционирования объектов быстрого питания и обслуживания (продукты, «быстрое меню», оборудование, менеджмент, франчайзинг).
56. Тенденции, направления и проблемы развития рынка объектов быстрого питания и обслуживания в Республике Беларусь.
57. Тенденции и перспективы развития рынка гостеприимства и развлечений.
58. Методы оценки конкурентоспособности услуг общественного питания
59. Методы исследования спроса потребителей на инновационные новинки
60. Бизнес-проектирование – основа успеха инновационного обновления
61. Требования, предъявляемые к месторасположению инновационных объектов сферы товарного обращения
62. Оценка эффективности инвестиций в создание инновационных объектов

63. Бенчмаркетинг – способ получения, обобщения, обработки информации о приоритетах инновационного развития

64. Аутсорсинг – как метод продвижения инноваций на рынок