

Утверждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

Утверждаю

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


« 25 » 2015 г.

В.Н.Шимов

2015 г.

Регистрационный № УД/1716-15баз.

**ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО
БИЗНЕСА**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной
дисциплине для магистрантов 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., завкафедрой маркетинга, учреждения образования
«Белорусский государственный экономический университет»,
доктор экономических наук, профессор.*

*Демиденко В.А., начальник управления организации торговли Министерства
торговли Республики Беларусь.*

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

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

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

Ответственный за редакцию: Валевич Р.П.

Ответственный за выпуск: Валевич Р.П.

Тематический план

Тема	Объем работы в часах					
	всего	из них				
		лекции	семинары	практич. зан.	лаб. зан.	самост. раб.
1. Инновационное обновление национальной экономики -важнейшее условие её конкурентоспособности на мировом рынке	6	2	-	-	-	4
2. Инновации и инновационная деятельность: сущность, связь с предпринимательством, виды, технология и механизм обеспечения	8	4	-	-	-	4
3. Сфера обслуживания (услуг) как объект инновационного развития и коммерциализации научных идей и продуктов	10	4	-	-	-	6
4. Технологии инновационного обновления хозяйственных процессов в объектах ресторанного бизнеса: мировой, отечественный опыт, перспективы	26	6	-	4	-	16
5. Инновационные проекты: назначение, алгоритм разработки, экспертиза и оценка эффективности, управление реализацией	16	4	-	6	-	6
Итого:	66	20	-	10	-	36

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 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 пока реально не включена в реализацию концепции инновационного развития страны.

Изменившиеся условия жизни, хозяйствования, условия работы и отдыха обусловили активизацию развития общественного питания, которое в современном мире стало функционировать на принципах ресторанного бизнеса.

Основное предназначение объектов ресторанного бизнеса удовлетворить спрос людей в пище, проведении досуга вне дома, что содействует росту свободного времени человека и его более эффективному использованию, которое, в конечном счете, можно будет направить на его развитие.

Ресторанный бизнес во всем мире получил в последствие 20 лет бурное развитие: увеличивается число объектов, появляются объекты с различными концепциями функционирования, что привело к ужесточению конкуренции на рынке ресторанных услуг. В этих условиях выживание и развитие объектов ресторанного бизнеса во многом обусловлено степенью инновационного обновления всех процессов хозяйствования. Инновационный путь развития на современном этапе развития мировой экономики стал главным условием повышения конкурентоспособности страны, субъектов хозяйствования, развития потребностей человека и ресторанного бизнеса в частности. 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 ресторанного бизнеса предопределили актуальность и целесообразность разработки новой учебной дисциплины для второго уровня высшего образования.

Цель преподавания дисциплины «Инновационные технологии развития ресторанного бизнеса» заключается в получении теоретических и практических знаний в области создания и развития инновационной системы хозяйствования организаций ресторанного бизнеса, встроеной 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 ресторанных услуг;

показать особенности и направления технологического обновления объектов ресторанного бизнеса;

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

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

В результате изучения дисциплины «Инновационные технологии развития 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 организаций 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 ресторанных 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 услуг ее покупателями;
- создавать инновационные услуги в общественном питании (ресторанах);
- определять емкость рынка и перспективу инновационного развития сферы обслуживания.

ИМЕТЬ НАВЫКИ:

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

Изучение теории и практики инновационного обновления деятельности организаций общественного питания (объектов ресторанного бизнеса) базируется на знаниях, полученных на первой стадии обучения в ВУЗах (бакалаврской подготовке).

Форма контроля уровня знаний студентов - экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Инновационное обновление национальной экономики - важнейшее условие её конкурентоспособности на мировом рынке

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. Основоположники теорий инноваций и суть их учений.

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.

Механизм взаимовлияния инноваций и конкурентоспособности страны. Методы рейтингового исследования конкурентоспособности стран и уровня их инновационного развития.

Характеристика инновационных идей белорусских исследователей, внедренных в практику хозяйствования и получивших международное признание.

Тема 2. Инновации и инновационная деятельность: сущность, связь с предпринимательством, виды, технология и механизм обеспечения

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. Сфера обслуживания (услуг) как объект инновационного развития и коммерциализации идей и продуктов

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, принципы, 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.

Услуга как объект инновационного обновления. Понятие услуги. Отличие услуги от товара. Природа сферы услуг. Услуга как предмет рыночных отношений. Объекты и субъекты сервисной деятельности. Состав и структура сферы услуг. Классификация услуг: а) по функциональной направленности (услуги ориентированные на производство, на общество, на домашнее хозяйство, личного характера;

б) отраслевому подходу (торговля (оптовая и розничная), по обеспечению питания и проживания, транспорт, связь и информационное обслуживание, по снабжению, заготовкам и хранения материально-технических ресурсов, кредит, финансы и страхование, сделки с недвижимостью и другие услуги по обеспечению функционирования рынка; услуги образования, культуры, искусство, наука и научное обслуживание, здравоохранение, физическая культура, спорт, услуги по обслуживанию домашнего хозяйства (коммунальные, производственно-бытовые, ремонт жилья), услуги личного характера (бытовые парикмахерские); услуги гос.управления; в) маркетинговому подходу; г) по необходимости использования материалов; д) статистически учитываемые услуги клиентом; мотивы поставщика услуг; г) по необходимости использования материалов (материальные и нематериальные); д) статистически учитываемые услуги, в развитых странах мирового сообщества в них относятся: деловые услуги, услуги связи и тд.; е) услуги в отношении конечного результата (товарные, промежуточные, условно «чистые»); ж) платные и без платные услуги.

Рынок услуг: состояние, тенденции и факторы его развития. Место и роль Республики Беларусь в развитии мирового рынка услуг. Специфика рынка услуг: высокий динамизм; территориальная сегментация и локальный характер; высокая скорость оборота капитала; короткий производственный цикл; высокая чувствительность к рыночной конъюнктуре невозможность транспортировки и складирования; необходимость личного контакта производителя и потребителя услуги; индивидуальность и нестандартность оказываемых услуг, и технологий; высокая дифференциация продукта в одной и той же отрасли; неопределенность результата; наличие асимметрии информации у производителя и потребителя; преобладание малых и средних предприятий.

Цена услуги. Поведенческая модель. Методы выявления потребностей в услугах (аналитические, социологические, регистрационные). Алгоритм принятия решения о выборе производителя услуги.

Качество услуг и его оценка. Требования к качеству услуг: соответствие целевому назначению; точность и своевременность предоставления; эргономичность и комфортность, эстетичность, безопасность и

экологичность; культура обслуживания; социальная ответственность; информативность.

Методы идентификации услуг. Идентификационные признаки (ассортимент, техническая оснащенность, квалификация работников, качество обслуживания и т.д.)

Маркетинговые мероприятия и товарная политика организаций и предприятий оказывающих услуги (определение номенклатуры услуг, выявление потребностей, поиск средств для удовлетворения потребностей, разработка новых видов услуг, анализ степени соответствия услуг запросам на них, контроль за соблюдением и поддержанием идентифицирующих услуги признаков.

Обслуживание - поэтапный процесс оказания услуги.

Прогрессивные формы обслуживания.

Механизм функционирования субъектов сферы услуг. Технология оказания услуги. Экономические показатели, характеризующие состояние и тенденции развития рынка услуг и его субъектов. Риски и перспективы развития рынка услуг и их видов. Экономическое обоснование целесообразности инвестиций в объекте сферы услуг.

Возникновение и развитие рынка ресторанных и гостиничных услуг. Современное состояние и проблемы развития ресторanno-гостиничного рынка и бизнеса. Виды основных и дополнительных ресторanno-гостиничных услуг. Внутренние и внешние факторы, мировые тенденции развития ресторanno-гостиничного бизнеса.

Содержание, функции ресторanno-бизнеса. Ресторан (предприятие общественного питания) и его рыночная сфера. Основные концепции, форматы ресторanno-бизнеса: классификация, конкурентные преимущества и слабости. Особенности развития ресторanno-бизнеса в Республике Беларусь. Ключевые проблемы рынка ресторanno-бизнеса и возможности его преодоления.

Тема 4. Технологии инновационного обновления хозяйственных процессов в объектах ресторanno-бизнеса: мировой, и отечественный опыт, перспективы

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 (невостребованность 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 Cafe, 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.

Условия развития и продвижения на рынок услуг Республики Беларусь инноваций: развитие инновационной культуры, создание сферы благоприятствующей инновационной деятельности, ориентация научных исследований на инновационность, наличие спроса, конкурентоспособность услуг.

Наличие спроса на инновации и методы маркетингового исследования намерений потребителя.

Опросы как метод выявления потребности в инновациях и ощущаемой эффективности их применения. Методы стимулирования посетителей объектов общественного питания к приобретению инновационной продукции и услуг.

Конкурентоспособность услуг общественного питания, показатели, методы оценки и пути достижения SWOT-анализ, внутренний аудит, ABC -

анализ, матричные методы исследования, конкурентоспособности организаций общественного питания, услуг ими оказываемые.

Методы поддержки и стимулирования инновационно-ориентированных организаций общественного питания: признание авторских рецептов кулинарным советом, участие в конкурсах Республики Беларусь и за рубежом, льготы при открытии ресторана, налоговые каникулы, стимулирование организаций, поставщиков, посетителей (гостей).

Требования, предъявляемые к местонахождению инновационных объектов общественного питания.

Направлении деятельности по инновационному развитию организаций общественного питания: развитие прогнозирования, технологического мониторинга поиска новых идей; развитие обучения и образования; выявление полноты выгод от инноваций и их пропаганда; улучшение финансирования; налоговое стимулирование поддержка интеллектуальной собственности; упрощение административных процедур; создание благоприятной законодательной среды; развитие деятельности по[^], повышению экономической грамотности населения; стимулирование инновационной активности и регионального распределения инноваций; формирование благоприятного общественного отношения к инновационной деятельности.

Тема 5. Инновационные проекты: назначение, алгоритм разработки, экспертиза и оценка эффективности, управление реализацией

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

Экспертиза проектов: понятие, принципы организации, методы и технология проведения.

Факторы и показатели, по которым оцениваются инновационные проекты.

Требования, предъявляемые к оформлению документов, представляемых на 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.

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 проектной и инновационной деятельности в объектах ресторанного бизнеса.

Литература

Основная:

1. Закон Республики Беларусь от 08.01.2014 г. № 128-З. «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. Сирии, В.К. Ресторанный бизнес: управляем профессионально и эффективно / В.К. Сирии, И.О.Бухаров, с.13. Ярков, Ф.Л.Сокирянский -М.:Эксмо, 2008.-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. - 320 с.
6. Экономика инноваций. Учебник/ под. ред.проф. В.Я. Горфинкеля. -М.: Вузовский учебник, 2012. - 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. - 207 с.
8. Пигунова, О.В. Инновации в торговле./О.Л.Пигунова - Минск: «Вышэйшая школа» 2012. - 222 с.

Дополнительная:

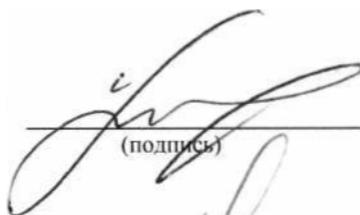
1. Друкер, И.Д. Питер, Ф. Бизнес и инновации, перевод с англ. - М.: ООО, Вильяме 2009. - 432 с.
2. Управление технологией и инновациями в Японии « Management of technology and innovation in Japan»
3. Горенбургов, М.А. Бизнес-планирование в гостиничном и ресторанном деле: учебное пособие /М.А.Горенбуггов, А.Л.Медведев; Балтийская академия туризма и предпринимательства. - Санкт-Петербург. ДАРК, 2008. - 195 с
4. Джеймс Джон/Управление рестораном (перевод с английского)/ Джон . - Джейсон, Дэн Болдуин - Москва, Проспект Велби, 2008. - 436 с.
5. Тугускина, Г.М. Торговый менеджмент. Учебное пособие/ Т.Н. Тугускина. В.М. Тимирьянова - Ростов н/Д: Феникс, 2014-220 с.
6. 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.
7. Андерсон. Э., Тренкл Б. Аутсорсинг в продажах/ Эрин Андерсон, БобТринкл; пер. с англ. - М.: Издательство «Добрая Книга», 2006. - 416с.
8. 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.
9. Балдин, К.В. Инвестиции в инновации: учебное пособие/ К.В. Балдин, И.И. Передерцев, В.С. Голов - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008. - 238 с.

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
по дисциплине «Инновационные технологии развития ресторанного
бизнеса»
на 2018/2019 учебный год**

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1,	<p>В информационно-методическую часть по подразделу «Нормативные и законодательные акты» добавить следующий источник: Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» от 8 января 2018 г. № 98-3 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 02.02.2018, 2/2536) – новая редакция <Н11800098></p>	<p>Согласно индивидуальному плану работы, учитывая необходимость в обновлении и совершенствовании лекционного материала и содержания практических занятий</p>
2.	<p>В информационно-методическую часть по подразделу «дополнительная литература» добавить следующий источник:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Шимов, В.Н. Инновационное развитие экономики Беларуси: движущие силы и национальные приоритеты: моногр. / В.Н. Шимов, Л.М. Крюков. - Минск: БГЭУ, 2014. -199с. 2. Руденков, В.М. . Инновационный менеджмент: пособие/В.И. Руденков, Н. П. Беляцкий, Б.Д. Семёнов, под. ред. В.М. Руденкова - Минск: Амак фер. Мисанта, 2014. -460с, 3. Разуванов В.М. Менеджмент инновационных проектов. учеб.- метод. пособие (В.М. Разуванов. - Минск: РИПО. 2014, – 132с, 4. Ким, Ч. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / Ч.Ким, Р. Моборн - М.: Манн, Иванов и Фербер 2016, –336с. 5. Марр, Б. Ключевые показатели эффективности 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер / Б. Марр. – М.: Бинوم, 2018, –344с. 	<p>Согласно индивидуальному плану работы, учитывая необходимость в обновлении и совершенствовании лекционного материала и содержания практических занятий</p>

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
экономики торговли и услуг (протокол № 1 от 30.08. 2018 г.)

Заведующий кафедрой
канд.экон.наук, доцент
(уч.зв. ст.с.уч. звание)



(подпись)

(И.М.Микулич)
(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
канд.экон.наук, доцент
(уч.зв. ст.с.уч. звание)



(подпись)

(А.И.Ерчак)
(И.О.Фамилия)