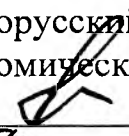


Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования  
“Белорусский государственный  
экономический университет”

 В.Ю.Шутилин  
“ 28 ” 06 2019 г.

Регистрационный № УД 4046-19 /уч.

## **ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине  
для специальности 1-25 80 09 «Коммерция»

**СОСТАВИТЕЛИ:**

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

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*Климченя Л.С.*, заведующий кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

*Шпак И.В.*, начальник отдела методологии управления организации торговли и общественного питания Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 10 от 16.05.2019 г);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 6 от 25.06.19 )

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Инновационная политика в ресторанном бизнесе» разработана для учреждений высшего образования Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования по специальности 1-25 80 09 «Коммерция».

**Цель** учебной дисциплины «Инновационная политика в ресторанном бизнесе» - сформировать систему специальных компетенций, которая позволит обучающимся заключается в получении теоретических и практических знаний в области создания и развития инновационной системы хозяйствования организаций ресторанного бизнеса, встроенной в общую инновационную систему мировой и национальной экономики.

**Задачи**, которые стоят перед изучением учебной 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.

Подготовка специалистов в рамках изучения учебной дисциплины должна обеспечить формирование следующих компетенций: СК-6 - Уметь анализировать и создавать инновационные экономические механизмы и стимулы достижения желаемых целей в конкурентной среде.

В результате изучения учебной дисциплины 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 формирования инновационной политики;
- 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 инновационную политику организаций сферы ресторанного бизнеса;
- устанавливать контакты с поставщиками инновационной продукции и услуг ее покупателями;
- создавать инновационные услуги в ресторанном бизнесе;
- определять емкость рынка и перспективу инновационного развития сферы обслуживания.

***владеть навыками:***

- определения показателей эффективности инновационной деятельности и
- внедрения инновационных технологий;
- разработки инновационной политики в ресторанном бизнесе;
- оценки инновационных рисков и их страхования;
- расчета покупательского спроса на инновации.

В соответствии с образовательным стандартом высшего образования по специальности 1-25 80 09 Коммерция (Профилизация Коммерция на рынке ресторанного бизнеса) учебная программа по учебной дисциплине «Инновационная политика в ресторанном бизнесе» рассчитана у обучающихся

- на ДФО на 90 часов, из них аудиторных занятий 42 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 16 часов; практических занятий – 16 часов; семинарских занятий – 10 часов.

- на ЗФО на 90 часов, из них аудиторных занятий 10 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 4 часа; практических занятий – 2 часа; семинарских занятий – 4 часа.

Формы текущей аттестации – зачет.

## 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.

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 I 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 2. Инновационная политика: понятие, содержание, требование к разработке**

Инновационная политика организации как форма стратегического планирования развития хозяйствующего субъекта. Типы инновационной политики

Типы инновационной политики; эволюционная, наступательная и др. Сущность инновационной политики – видение руководством организации потребности в инновации, описание цели и принципов их внедрения, план извлечения прибыли из новых продуктов и технологий.

Цели инновационной политики предприятия.

Принципы инновационной политики: социально-экономической эффективности инноваций; концентрации ресурсов на стратегических направлениях развития инноваций; соблюдение свободы творчества и доступа к научно-технической информации; поощрения инновационных идей и разработок; соответствия действующему законодательству; социальной ответственности.

Задачи инновационной политики предприятия.

Анализ текущего экономического, научно-технического, человеческого потенциала компании.

Мониторинг перспективных новинок на рынке, контроль за появлением новшеств у партнёров и конкурентов.

Выбор рентабельных проектов, выделение приоритетных направлений.

Обоснование выбора проектанта: самостоятельная разработка, привлечение сторонних исполнителей, покупка необходимых технологий или лицензий.

Организация процессов по внедрению новшеств, координация работы специалистов, задействованных в реализации проектов (ИТР, аналитиков, маркетологов, производство, продажи).

Наращивание объёмов производства и сбыта, увеличение жизненного цикла продукции (особенно эксплуатации готового изделия).

Повышение конкурентных преимуществ продукции.

Разработка мероприятий для внедрения нововведений.

Прогнозирование желаемых результатов внедрения инновации (увеличение прибыли предприятия, повышение эффективности, увеличение клиентской базы, захват большего сегмента рынка, улучшение финансового состояния компании).

Методы выбора инновационной политики в организации:

1. Метод написания сценариев.
2. Метод игр.
3. Метод Дельфи.

Факторы, обуславливающие содержание инновационной политики:

состояние рынка, в том числе финансового рынка в целом и по его звеньям;

место предприятия на рынке, объем реализации товаров (работ, услуг), их качество, цена, действия конкурентов;

экономическое положение предприятия, его финансовое состояние;

сочетание собственных и чужих ресурсов предприятия. К чужим ресурсам относятся: привлеченные средства (кредиторская задолженность, полученные

авансы), заемный капитал (кредит, займы), арендованные основные средства, имущество, полученное по договору лизинга;

льготы, получаемые от государства (если таковые есть);

условия страхования и получения гарантий от некоммерческих рисков.

Этапы формирования инновационной политики.

1. Оценка скрытых потребностей в нововведениях.

- потребность предвосхищаемую, которая возникает в случае, когда необходимая потребность ощущалась пользователями до появления нововведения и когда действия были направлены на сокращение временного разрыва (мгновенная фотография);

- появившаяся после открытия или изобретения потребность (рентген, беспроводная связь, телеграф);

- потребность, которая не возникла длительное время после открытия или изобретения (лазеры, оптимальный раскрой листа);

- негативная потребность, или фактический отказ, отмечается в случае, когда одна из групп потенциальных пользователей отрицает потребность и задерживает реализацию нововведения (швейные машины).

2. Поиск и систематизация идей.

- сбор информации о технологических изменениях на рынке, об инновациях, поступающих из конструкторских и технологических подразделений, служб маркетинга, сбытовых подразделений, торговых посредников, конечных потребителей (пожелания, требования, рекламации);

- сбор информации о потенциальных возможностях организации в отношении разработки и освоения продукции, определение степени и размеров риска;

- сбор информации о целевых рынках и долгосрочных тенденциях их развития

3. отбор выявленных идей и разработка новых идей (инновации):

- определение возможностей практической реализации идей;

- выяснение степени технологической общности новых и традиционных изделий;

- определение соответствия инновации стратегии развития

4. анализ экономической эффективности инноваций:

- четкое знание момента начала разработки инновации, когда идея приобретает вид конкретного проекта;

- определение технико-экономических характеристик инновации, оценка ее качества;

- определение расходов (инвестиций) на разработку и внедрение инновации, а также сроков их окупаемости;

- расчет необходимых ресурсов для разработки инновации: финансовых, кадровых, материально-технических;

- определение сроков внедрения инновации;

- анализ и оценка рентабельности инновации

5. разработка инновации:



- разработка конкретной инновационной программы с четким разделением обязанностей по подразделениям организации;

- разработка и проведение необходимых испытаний (проверка на экологичность, безопасность и пр.)

6. принятие решения о внедрении инновации в производство на основе программы маркетинга по инновации, отражающей:

- коммерческое обоснование инновации: рентабельность, степень удовлетворения спроса и потребностей, каналы и методы продажи, наличие опыта в продаже;

- производственные возможности организации: использование имеющихся мощностей, обеспеченность ресурсами, квалифицированными кадрами;

- финансовые возможности: общая сумма инвестиций в освоении и продаже инноваций, источники финансирования, предполагаемые результаты – прибыльность или убыточность на расчетный период;

- соответствие нормативным показателям – стандартам, государственным нормам и т. д.;

- обеспечение патентной защиты инновации

7. процесс реализации инновационной политики организации.

Разработка инновационной стратегии: экономический и маркетинговый анализ, место организации на рынке сбыта, оценка текущего состояния экономики. Конкурентов, финансового положения организации, ожидания покупателей, финансовые возможности и финансовые резервы, ресурсная база, научная база, заинтересованность сотрудников в развитии.

Риски инновационной политики: долгосрочные и краткосрочные.

Расходы, доходы, выручка, показатели результативности (уровень конкурентоспособности, степень удовлетворенности покупателей, изменение спроса на новый продукт или услугу, снижение затрат, рост цикла жизни товара, услуги, улучшение качества продукции, услуги).

8. Анализ и контроль поставленных и достигнутых стратегических целей инновационного развития, выявление отклонений.

### **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 т.д.;

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 фдресность; 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 ресторано-гостиничного рынка и бизнеса. Виды основных и дополнительных ресторано-гостиничных услуг. Внутренние и внешние факторы, мировые тенденции развития ресторано-гостиничного бизнеса.

Содержание, функции ресторанного бизнеса. Ресторан (предприятие общественного питания) и его рыночная сфера. Особенности развития ресторанного бизнеса в Республике Беларусь. Ключевые проблемы рынка ресторанного бизнеса и возможности его преодоления.

#### **Тема 4. Формы и методы инновационного обновления бизнес-процессов в ресторанном бизнесе.**

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 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.

Направления 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.

Финансовая оценка целесообразности, способа отбора инновационных проектов. Эффективности их реализации.

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Инновационная политика в ресторанном бизнесе»

Специальность 1-25 80 09 Коммерция

Профилизация Коммерция на рынке ресторанного бизнеса

(дневная форма получения образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Инновационное обновление национальной экономики - важнейшее условие её конкурентоспособности на мировом рынке.	4	4	2	-	-	-	[1,2]	Опрос, дискуссия, тест
2.	Инновационная политика: понятие, содержание, требование к разработке.	4	4	2	-	-	-	[1,3-10]	Опрос, дискуссия, Мозговой штурм, метод анализа конкретных ситуаций.
3.	Сфера обслуживания (услуг) как объект инновационного развития и коммерциализации идей и продуктов	4	4	2	-	-	-	[11-17]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций
4.	Формы и методы инновационного обновления бизнес-процессов в ресторанном бизнесе	4	4	4	-	-	-	[11-17]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций, Мозговой штурм, контрольный тест
<b>ИТОГО</b>		16	16	10					<b>Зачет</b>

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Инновационная политика в ресторанном бизнесе»

Специальность 1-25 80 09 Коммерция Профилизация Коммерция на рынке ресторанного бизнеса

(заочная форма получения образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество Часов УСП			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Инновационное обновление национальной экономики - важнейшее условие её конкурентоспособности на мировом рынке.	1		1	-	-	-	[ 1,2 ]	Опрос, дискуссия, тест.
2.	Инновационная политика: понятие, содержание, требование к разработке	1		1	-		-	[1, 3-10]	Опрос, дискуссия, Мозговой штурм, метод анализа конкретных ситуаций.
3.	Сфера обслуживания (услуг) как объект инновационного развития и коммерциализации идей и продуктов	1		1	-	-	-	[11-17]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций
4.	Формы и методы инновационного обновления бизнес-процессов в ресторанном бизнесе	1	2	1	-	-	-	[11-17]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций, Мозговой штурм, контрольный тест
<b>ИТОГО</b>		4	2	4					<b>Зачет</b>



## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### *Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Инновационная политика в ресторанном бизнесе»*

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы обучающегося являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
  - подготовка к семинарским (практическим) занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
  - подготовка к выполнению диагностических форм контроля (коллоквиумы, контрольные работы, доклады на семинарских занятиях, тесты, эссе, рефераты и т.п.);
- работа над выполнением индивидуального задания;
- подготовка к зачету.

**ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ*****Нормативные и законодательные акты***

1. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь: Закон Респ. Беларусь от 10 июля 2012 г. № 425-З (С изменениями и дополнениями Закон Республики Беларусь от 11 мая 2016 г. № 364-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 17.05.2016, 2/2362) <Н11600364>)

2. О государственном регулировании торговли и общественного питания: Закон Респ. Беларусь от 8 января 2014 г. №128-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2014. – №2/2126

**ЛИТЕРАТУРА*****Основная:***

3. Агарков, С.А. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова. — М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2011. – 340 с.

4. Бойко, И.В. Основы инновационного развития и новой экономики / И.В. Бойко. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 120 с.

5. Джолдасбаева, Г.К. Инновация как основной фактор повышения эффективности производства // Г.К. Джолдасбаева [Электронный ресурс]. - 2009. - Режим доступа: [http://www.iteam.ru/publications/strategy/section\\_18/article\\_2933](http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_18/article_2933). - Дата доступа: 20.04.2019.

6. Кантер, Р.М. Инновации: классические ошибки / Р.М. Кантер / «Harvard Business Review» [Электронный ресурс]. - 2009. - Режим доступа: <http://irprou.ru>. - Дата доступа: 10.05.2019.

7. Мельников, О.Н., Шувалов В.Н. Инновационная активность как фактор повышения конкурентоспособности предприятия / О.Н. Мельников, В.Н. Шувалов // Российское предпринимательство - 2010 - № 9 – С. 100-104.

8. Основы инновационной деятельности: Учебное пособие / Под общ. ред. проф. Б.И. Бедного. – Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2014. - 303 с.

9. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент. Учебник для вузов. — 6-е изд. / Р.А. Фатхутдинов. — СПб/: Питер, 2011. 448 с.

10. Янковский, К. П. Введение в инновационное предпринимательство / К. П. Янковский – СПб.: Питер, 2009.

*Дополнительная:*

11.Валевич, Р.П. Формирование инновационной концепции культуры питания и ее воздействие на перспективы развития рынка потребительских товаров / С.О.Белова, Р.П.Валевич. Научные труды Белорусского государственного экономического университета. Минск: БГЭУ. 2014. - Вып.7. С.86-89.

12.Валевич, Р.П. Инновационное обновление общественного питания: от инновационного потребителя к инновационным объектам / С.О.Белова, Р.П.Валевич. Материалы III международной научно-практической конференции «Инновационное развитие экономики: тенденции и перспективы». - Пермь. Изд-во Пермского национального исследовательского политехнического университета. 2014. С. 132 – 140 .

13. Валевич, Р.П. Формирование инновационной концепции культуры питания и ее воздействие на перспективы развития рынка потребительских товаров / С.О.Белова, Р.П.Валевич. Научные труды Белорусского государственного экономического университета. Минск: БГЭУ.2015.- Вып.8. С.40-45 .

14.Валевич, Р.П. Оценка согласованности действий по развитию инновационного потенциала экономики страны и сферы товарного обращения / С.О.Белова, Р.П.Валевич // Материалы IV Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие экономики: тенденции и перспективы». - Пермь. Изд-во Пермского национального исследовательского политехнического университета. 2015. С. 181 – 191.

15.Валевич, Р.П. Развитие инновационного потенциала торговли как фактор и результат инновационных преобразований национальной экономики / С.О. Белова, Р.П. Валевич // Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции «Проблемы стратегического развития межстрановой интеграции национальных инновационных систем Союзного государства». – М.: ООО «ИД Третьяковъ», 2016.- С.63-66.

16.Валевич, Р.П. Эволюционное развитие потребностей и их воздействие на инновационное обновление ресторанного бизнеса / С.О.Белова, Р.П. Валевич // Материалы V Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие экономики» - Пермь. Изд-во Пермского национального исследовательского политехнического университета. 2016. С. 222 – 232.

17.Валевич, Р.П., Белова, С.О. Инновации в общественном питании: необходимость, реальность, перспективы / Р.П. Валевич, С.О. Белова // Потребительская кооперация. – 2011. – №4. – С.41-47.

## ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ ФОРМ ДИАГНОСТИКИ

### **Устная форма диагностики:**

- 1.Собеседования.
- 2.Доклады на семинарских занятиях.
- 3.Доклады на конференциях.
- 4.Устные зачеты.
- 5.Устные экзамены.
- 6.Оценивание на основе деловой игры.


### **Письменная форма диагностики:**

- 1.Тесты.
- 2.Контрольные опросы.
- 3.Контрольные работы.
- 4.Письменные отчеты по аудиторным (домашним) практическим упражнениям.
- 5.Рефераты.
- 6.Отчеты по научно-исследовательской работе.
- 7.Письменные зачеты.
- 8.Письменные экзамены.
- 9.Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
- 10.Оценивание на основе деловой игры.

### **Устно-письменная форма диагностики:**

- 1.Отчеты по аудиторным практическим упражнениям с их устной защитой.
2. Отчеты по домашним практическим упражнениям с их устной защитой.
- 3.Зачеты.
- 4.Экзамены.
- 5.Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
- 6.Оценивание на основе деловой игры.

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Современные форматы ресторанного бизнеса	Коммерческой деятельности и рынка недвижимости	нет 	Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики торговли и услуг (протокол №10 от 16.05.2019 г.)

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО**  
на 201\_/201\_ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
экономики торговли и услуг (протокол № \_ от \_ . \_ . \_\_\_\_ г.)

Заведующий кафедрой

канд.экон.наук, доцент  
(ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

( И.М.Микулич )  
(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

канд.экон.наук, доцент

(ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

( А.И. Ерчак )

(И.О.Фамилия)