Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

Факультет коммерции и туристической индустрии

Кафедра экономики торговли и услуг

СОГЛАСОВАНО

Председатель методической

комиссии по специальности

\_\_\_\_\_\_\_\_\_И.М. Микулич

«­\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_2023 г.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС**

**(ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС)**

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

«ТОРГОВАЯ ИННОВАТИКА»

по специальности 1-25 01 10 «КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

Составители: канд. экон. наук, профессор Валевич Р.П.

канд. экон. наук, доцент Прыгун И.В.

Рассмотрено и утверждено на заседании научно-методического совета БГЭУ

«\_\_\_» \_\_\_\_\_2023 г., протокол №\_\_\_

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение……………………………………………………………………...3

1 Учебно-программная документация

1.1 Учебная программа…………………………………………………..5

2 Учебно-методическая документация

2.1 Краткий конспект лекций ………………………...…....…………..24

2.2 Раздаточный материал к лекциям………………………………….70

2.3 Планы семинарских (практических) занятий……………………..83

2.4 Методические указания по выполнению практических и семинарских занятий…………………..……………………………………...85

3 Методические материалы для контроля знаний студентов

3.1 Вопросы к экзамену….……………………………………………..95

4 Вспомогательный раздел

4.1 Перечень учебных изданий и информационно-аналитических

материалов, рекомендуемых для изучения учебной дисциплины …....97

4.2 Методические рекомендации по самостоятельной работе

студентов (УСРС)………………………………………………………..103

8 Другие справочные и информационные материалы:

- критерии оценки результатов учебной деятельности…………………105

- критерии оценки УСРС………………………………………………… 109

**ВВЕДЕНИЕ**

Учебно-методический комплекс (УМК) (электронный учебно-методический комплекс) (ЭУМК) по учебной дисциплине «Торговая инноватика» представлен системой дидактических средств обучения по указанной дисциплине, имеющих своей главной целью сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических навыков в области освоения и развития инновационных бизнес-процессов и технологий, которые являются объектами инновационной активности и источниками обеспечения конкурентоспособности организаций торговли и общественного питания в рыночной ситуации.

Структурные составляющие УМК (ЭУМК) представлены следующими компонентами:

1 Учебно-программная документация

1.1 Учебная программа…………………………………………………..5

2 Учебно-методическая документация

2.1 Краткий конспект лекций ………………………...…....…………..24

2.2 Раздаточный материал к лекциям………………………………….70

2.3 Планы семинарских (практических) занятий……………………..83

2.4 Методические указания по выполнению практических и семинарских занятий…………………..……………………………………...85

3 Методические материалы для контроля знаний студентов

3.1 Вопросы к экзамену….……………………………………………..95

4 Вспомогательный раздел

4.1 Перечень учебных изданий и информационно-аналитических

материалов, рекомендуемых для изучения учебной дисциплины …....97

4.2 Методические рекомендации по самостоятельной работе

студентов (УСРС)………………………………………………………..103

8 Другие справочные и информационные материалы:

- критерии оценки результатов учебной деятельности…………………105

- критерии оценки УСРС………………………………………………… 109

Цели УМК (ЭУМК) по учебной дисциплине «Торговая инноватика» заключаются в том, чтобы:

- научить обучающихся самостоятельно получать знания из представленных источников;

- способствовать формированию навыков и умений, необходимых будущим специалистам;

- повысить качество профессиональной подготовки обучающихся;

- сформировать личностные и профессионально-деловые качества специалиста;

- активизировать самостоятельную познавательную деятельность обучающихся по изучению учебной дисциплины и выполнению индивидуальных заданий;

- исследовать конъюнктуру рынка торговых и 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 торговли и общественного питания;

- устанавливать контакты как с поставщиками инновационной продукции (товаров, работ, услуг), так и с ее потребителями;

- создавать инновационные услуги в торговом и ресторанном бизнесе;

- определять емкость рынка и перспективу инновационного развития сферы обслуживания;

- выработать умения пользоваться первоисточниками и другой информацией по исследуемым вопросам учебной дисциплины;

- сформировать устойчивые навыки по разрешению типовых хозяйственных ситуаций и задач;

- создать предпосылки для творческой деятельности обучающихся посредством выполнения работ научно-исследовательского характера.

Электронный учебно-методический комплекс учебной дисциплины обеспечивает на основе применения информационных ресурсов доступность к восприятию и качественное усвоение обучающимися учебного материала.

Рекомендации по организации работы с УМК (ЭУМК):

- ознакомиться со структурой и структурными компонентами электронного учебно-методического комплекса;

- сформулировать вопросы, требующие изучения, согласно учебной программе дисциплины;

- проработать согласно представленному списку литературу, провести ее анализ, систематизировать в рамках учебных тем и вопросов;

- изучить конспект лекций, выявить ключевые понятия, структурировать представленный материал, определить структурно-логические связи между основными учебными компонентами;

- ознакомиться с условием, выполнить задание для индивидуальной самостоятельной работы и подготовиться к его защите;

- обобщить проведенную работу с ЭУМК, систематизировать знания и закрепить приобретенные в ходе выполнения заданий навыки;

- использовать материал ЭУМК для качественной подготовки к экзамену по дисциплине «Торговая инноватика».

Авторами данного электронного учебно-методического комплекса являются: Валевич Роза Петровна, кандидат экономических наук, профессор УО «БГЭУ»; Прыгун Ирина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент УО «БГЭУ».