

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор учреждения
образования «Белорусский
государственный экономический
университет»

_____ Е.Ф. Киреева
«___» _____ 20__ г.
Регистрационный № УД _____ /уч.

ТОРГОВАЯ ИННОВАТИКА

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-25 01 10-2021 для специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» (специализации 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления» регистр. № 21 ДГС-078 от 06.07.2021; 1-25 01 10 18 «Коммерческая деятельность на предприятии общественного питания» регистр. № 21ДГГ-083 от 06.07.2021).

СОСТАВИТЕЛИ:

Р.П. Валевиц, профессор учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, профессор.

И.В. Прыгун, доцент кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

И.В. Вежновец, первый заместитель Министра антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, магистр экономики;

Л.Н. Нехорошева, заведующий кафедрой экономики промышленных предприятий учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 9 от 09 марта 2023 г.);

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

(протокол № ____ от _____ 2023 г.).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Торговая инноватика» разработана в учреждении высшего образования Республики Беларусь «Белорусский государственный экономический университет» в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования I ступени, обеспечивающего получение квалификации специалиста с высшим образованием и учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», специализации 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления», 1-25 01 10 18 «Коммерческая деятельность на предприятии общественного питания».

Актуальность учебной дисциплины «Торговая инноватика» определяется ролью инноваций в социально-экономическом развитии как страны, так и коммерческого предпринимательства. Концепцией и программой социально-экономического развития Республики Беларусь, базирующейся на экономике знаний и учитывающей современные тенденции мирового хозяйства и процессы глобализации, интернационализации, на основе инновационного обновления предусмотрено включение в реализацию программных документов всех субъектов хозяйствования: от производства до сферы обращения и услуг. Решение этих задач требует создания адекватных форм организации, экономики и управления инновациями в торговле и общественном питании, интеграции функций инновационной деятельности в торговую, освоения новых научных знаний и передовых достижений мирового ретейла и ресторанного бизнеса, учета государственного участия в системе инновационных коммуникаций на потребительском рынке товаров и услуг. Необходимость осознания роли сферы торговли и услуг 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 учебной дисциплины «Торговая инноватика» – 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.

Задачи изучения учебной дисциплины:

- показать неизбежность появления «экономики знаний», связь инновационной системы с экономикой страны;
- показать хронологию и охарактеризовать процессы замещения технологических укладов, сформированных под воздействием научно-технологического развития;
- 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 торговых и ресторанных услуг;
- показать особенности и направления технологического обновления объектов торгового и ресторанного бизнеса;
- обобщить достижения мировой и отечественной теории и практики в области инновационного обновления объектов торговли и общественного питания;
- сформировать у студентов (специалистов) устойчивую потребность к инновационному обновлению сферы деятельности и бизнеса.

В результате изучения учебной дисциплины «Торговая инноватика» студент должен:

знать:

- основы инноватики и инновационной экономики, сущность, формы инновационного предпринимательства, источники инновационного развития;
- экономическую сущность и виды инноваций, понятие и классификацию торговой инновации;
- основные предпосылки формирования модели экономики инновационного типа;
- нормативные правовые документы и методические материалы, регулирующие инновационный процесс в Республике Беларусь;
- факторы, способствующие и тормозящие инновационную деятельность;
- механизм коммерциализации научных идей, инновационной продукции (товаров, работ, услуг);
- принципы достижения и реализации успешных инновационных решений;
- особенности и направления инновационного обновления организаций торговли и 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 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;

владеть:

- понятийным аппаратом в области торговой инноватики;
- определением показателей эффективности инновационной деятельности и инновационных технологий;
- навыками разработки инновационной политики и стратегии в торговом и ресторанном бизнесе;
- методами оценки инновационных рисков и их страхования;
- методикой расчета покупательского спроса на инновации.

Изучение учебной дисциплины «Торговая инноватика» должна обеспечить формирование следующих компетенций:

- СК-7 – Определять основные направления инновационных ожиданий, разрабатывать инновационные проекты, обосновывать управленческие решения в данной области и определять эффективность их реализации.

Материал учебной дисциплины «Торговая инноватика» тесно связан со знаниями, полученными студентами при изучении других учебных дисциплин по специальности, в том числе «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Статистика», «Коммерческая деятельность», «Введение в экономику отрасли», «Экономика отрасли», «Бизнес-планирование» и др.

Аудиторная работа со студентами предполагает чтение лекций и проведение практических занятий. Оценка текущих учебных достижений осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов в учреждении высшего образования «Белорусский государственный экономический университет».

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Согласно учебному плану на изучение учебной дисциплины предусмотрено всего часов 136, из них часов аудиторных 68 (заочная форма обучения – 14).

Распределение аудиторного времени по видам занятий, курсам и семестрам:

– ДФО: 3 курс, 6 семестр: лекции – 32 часа; практические занятия – 30 часов, лабораторные занятия – 6 часов;

– ЗФО (ССО): 3 курс, 5 сессия: лекции – 4 часа; 6 сессия: лекции – 2 часа; практические занятия – 6 часов; лабораторные занятия – 2 часа.

Формы текущей аттестации: тест, экзамен.

Количество зачетных единиц – 3.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Инноватика как основа развития инновационной деятельности в торговле и общественном питании

Инноватика, как наука, изучающая методологические основы обоснования экономических решений по управлению инновационной деятельностью, продвижению на рынок инновационных продуктов. Основоположники теорий инноваций и суть их учений. Теория инноватики и ее современные концепции. Цели, задачи, направления влияния инноватики на социально-экономические системы. Формирование «новой экономики», ее характерные особенности, факторы, обуславливающие развитие.

Технологические уклады: понятие, характеристика, влияние на экономический рост и рынок потребительских товаров и услуг. Потенциал государства и его взаимосвязь с соответствующим технологическим укладом.

Научно-технологическое развитие – важнейший фактор социально-экономического развития общества. Сущность и отличительные особенности научно-технологического развития современного общества. Использование результатов научно-технических разработок.

Характеристика процессов вхождения Республики Беларусь в мировой инновационный процесс. Концепция инновационного социально-экономического развития Республики Беларусь. Показатели инновационного 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.

Государственное регулирование инновационной деятельности. Концепция национальной инновационной системы (НИС) – база исследования инноваций на макро- и мезоуровне. Инновационная политика Республики Беларусь: цель, задачи, содержание, механизм разработки. Методы государственного регулирования и поддержки. Роль государственно-частного партнерства в повышении инновационного потенциала страны и инновационной деятельности субъектов хозяйствования. Зарубежный опыт поддержки инновационной деятельности.

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.

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

Торговля и общественное питание как часть социально-потребительского комплекса Республики Беларусь. Проблемы научно-технологического развития сферы товарного обращения и организационно-экономические методы их решения. Основные направления научно-технологического развития в сфере товарного обращения на современном этапе и его влияние на отраслевые риски. Задачи и приоритетные области научных исследований в торговле и общественном питании.

Влияние глобализации и интернационализации на развитие мировой розничной торговли. Развитие международного присутствия. Мульти- и транснациональные розничные торговцы и рестораторы. Роль международных торговых организаций.

Тема 2. Инновационная деятельность в торговле и общественном питании: организация и управление

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. Концепция жизненного цикла – методологическая основа изучения инноваций на микроуровне. 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.

Торговая инновация как экономическая категория и процесс. Технологический и функциональный подходы к классификации, ее признаки и виды. Функции и значение торговой инновации в экономике. Взаимосвязь инноваций и инвестиций. Виды спроса на торговую инновацию и факторы, влияющие на него.

Инновационная деятельность: сущность, понятие, цели, задачи, содержание, этапы. Связь понятий инновационная деятельность и инновационное предпринимательство. 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.

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. Субъекты, источники и результат инновационного процесса.

Инновационный потенциал организаций торговли и общественного питания:

формирование, оценка и развитие.

Инновационный климат как комплексная качественная характеристика условий инновационной деятельности субъектов торговли и общественного питания. Основные составляющие и анализ инновационного климата.

Дивизиональные и матричные механизмы организации инновационной деятельности организаций. Организационные формы интеграции торговой науки и практики. Роль и формы межфирменной кооперации в сфере инновационной деятельности.

Основные этапы планирования инноваций. Стратегическое и оперативное планирование инновационной деятельности. Организационные формы и условия реализации инноваций при имитационной, традиционной и наступательной стратегии. Венчурная стратегия. Стратегии управления инновациями в ассортиментной политике торговой организации.

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 организации. Принципы инновационной политики: социально-экономическая эффективность инноваций; концентрация ресурсов на стратегических направлениях развития инноваций; соблюдение свободы творчества и доступа к научно-технической информации; поощрение инновационных идей и разработок; соответствие действующему законодательству; социальная ответственность. Задачи инновационной политики организации. Анализ текущего экономического, научно-технического, человеческого потенциала компании. Мониторинг перспективных новинок на рынке, контроль за появлением новшеств у партнёров и конкурентов. Методы выбора инновационной политики в организации: метод написания сценариев; метод игр; метод Дельфи. Факторы, обуславливающие содержание инновационной политики: состояние рынка, в том числе финансового рынка в целом и по его звеньям; место организации на рынке, объем реализации товаров (работ, услуг), их качество, цена, действия конкурентов; экономическое положение организации, ее финансовое состояние; сочетание собственных и заемных ресурсов организации.

Тема 3. Сфера торговли (услуг) как объект инновационного развития и коммерциализации идей и продуктов

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

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.

Базовые стратегии бизнеса, позволяющие превратить интеллектуальный объект в коммерческий продукт. Особенности процесса коммерциализации научных идей.

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

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.

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. Потребительский рынок товаров и услуг: состояние, тенденции и факторы его развития. Место и роль Республики Беларусь в развитии мирового рынка товаров и услуг.

Специфика рынка услуг: высокий динамизм; территориальная сегментация и локальный характер; высокая скорость оборота капитала; короткий производственный цикл; высокая чувствительность к рыночной конъюнктуре; 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 малого и среднего бизнеса.

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

Маркетинговые мероприятия и товарная политика организаций, 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 потребительского рынка товаров и услуг, его субъектов.

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.

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

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

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

Технологические функции торговли. Современные торговые технологии: понятие, виды и классификация. Признаки прогрессивности технологии. Освоение новых технологий как следствие и предпосылка эффективного использования новых средств и предметов труда в сфере товарного обращения. Новые торговые технологии и экономический рост. Характеристика объектов технологического обмена в сфере товарного обращения. Содержание и особенности трансфера торговых технологий. Технологические основы стандартизации и обеспечения качества товаров. Технологические предпосылки механизации, автоматизации и роботизации в торговле. Виды механизации, автоматизации и роботизации: первичная и вторичная, частичная и полная, единичная и полная. Прогрессивные технологии автоматизации, информатизации и роботизации в торговле. Интернет-торговля. Развитие новых поколений операций торгово-технологический процесса. Роль гипермаркетов и сетевой торговли. Мерчандайзинг. Интегрированная маркетинговая система. Управление товарной категорией. Продвижение марки розничного торговца. Брэнддинг: восприятие качества торговой услуги.

Моделирование поведения потребителей. Современные технологии в обеспечении техники безопасности и охраны труда в отраслях сферы товарного обращения.

Специфика инновационного процесса в ресторанном бизнесе (организациях общественного питания). Классификация инновационных технологий, используемых в международной практике ресторанного бизнеса. Зарубежный опыт использования инновационных технологий в ресторанном бизнесе. Состояние и направления инновационного обновления общественного питания Республики Беларусь.

Методы привнесения инноваций в торговлю и 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.

Условия развития и продвижения на потребительский рынок товаров и услуг Республики Беларусь инноваций: развитие инновационной культуры, создание климата, благоприятствующего 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 торговых объектов и объектов общественного питания к приобретению инновационной продукции и услуг.

Направления деятельности по инновационному развитию организаций торговли и 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 программы, проекты и решения. Финансирование и оценка эффективности инноваций

Инновационный проект – основа реализации научно-технических разработок, новых или усовершенствованных товаров и торговых технологий, технологий общественного питания. Отличия инновационного проекта от инвестиционного. Взаимосвязь инвестиций и инноваций. Проектный анализ и планирование. Сущность, структура и типология инновационной программы. Организация и управление реализацией инновационных проектов и программ. Реинжиниринг бизнес-процессов как инструмент инновационного развития торгового и

ресторанного бизнеса. Внедрение форм и методов управления проектами для управления стратегическими изменениями.

Источники финансирования: собственные, заемные, привлеченные. Финансовые интересы как причина конфликтности источников финансирования инновационно-инвестиционных проектов. Приоритетность направлений реального финансирования по соотношению «прибыльность/риск».

Схема финансирования инновационно-инвестиционного проекта. Профиль проекта. Эффекты операционного и финансового рычагов. Критические объемы привлечения капитала. Оптимизация финансирования инновационно-инвестиционной программы фирмы.

Подходы к оценке эффективности инноваций: локальный, отраслевой, региональный, национальный. Количественные и качественные характеристики инновационных процессов. Виды оценки эффективности инноваций: технологический, экономический, социальный, экологический и комплексный. Традиционный и интегральный анализ эффективности реальных инвестиций. Основные категории интегрального анализа: стоимостные (денежные) потоки и норма дисконта (минимально привлекательная норма рентабельности). Понятие и виды рисков в инновационной среде. Методика оценки рисков. Пути и методы снижения потерь, страхование рисков. Управление инвестиционным риском. Сущность и измерители инфляции. Инфляционные ожидания и их учет при оценке эффективности инноваций. Методы учета инфляции при инвестиционном анализе. Экспертиза и механизм отбора инновационно-инвестиционных проектов.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Торговая инноватика»

Специальность 1-25 01 10 Коммерческая деятельность

(дневная форма получения высшего образования)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСПС				
						Л	Пз	Лаб		
1	Инноватика как основа развития инновационной деятельности в торговле и общественном питании	6	6	-	-	-	-	-	[1-4, 11, 20, 40, 42, 45-48, 60, 65]	Опрос, дискуссия, реферат
2	Инновационная деятельность в торговле и общественном питании: организация и управление	8	6	-	-	-	-	-	[2, 4, 16, 20, 23, 41, 49, 58-61]	Опрос, дискуссия, тест, метод анализа конкретных ситуаций ОКР 1
3	Сфера торговли (услуг) как объект инновационного развития и коммерциализации идей и продуктов	6	8	-	-	-	-	-	[2, 16, 24, 29, 42, 48, 50, 57, 62]	Опрос, дискуссия, кейс-метод, тест
4	Формы и методы инновационного обновления бизнес-процессов в торговом и ресторанном бизнесе	6	6	-	2	-	-	-	[4-6, 15, 54, 60, 63-65]	Опрос, дискуссия, мозговой штурм, решение задач и конкретных ситуаций ОКР 2
5	Инновационные программы, проекты и решения. Финансирование и оценка эффективности инноваций	6	4	-	4	-	-	-	[20, 25, 33-39, 44, 51, 55, 57, 60]	Опрос, дискуссия, решение задач и хозяйственных ситуаций ОКР 3
Всего часов		32	30	-	6	-	-	-		Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Торговая инноватика»

Специальность 1-25 01 10 Коммерческая деятельность

(заочная форма получения высшего образования, сокращенный срок обучения)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСПС				
						Л	Пз	Лаб		
1	Инноватика как основа развития инновационной деятельности в торговле и общественном питании	1	-	-	-	-	-	-	[1-4, 11, 20, 40, 42, 45-48, 60, 65]	Реферат, индивидуальное задание
2	Инновационная деятельность в торговле и общественном питании: организация и управление	1	2	-	-	-	-	-	[2, 4, 16, 20, 23, 41, 49, 58-61]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций
3	Сфера торговли (услуг) как объект инновационного развития и коммерциализации идей и продуктов	-	1	-	-	-	-	-	[2, 16, 24, 29, 42, 48, 50, 57, 62]	Опрос, дискуссия, кейс-метод, тест
4	Формы и методы инновационного обновления бизнес-процессов в торговом и ресторанном бизнесе	2	2	-	-	-	-	-	[4-6, 15, 54, 60, 63-65]	Опрос, дискуссия, мозговой штурм, решение задач и конкретных ситуаций
5	Инновационные программы, проекты и решения. Финансирование и оценка эффективности инноваций	2	1	-	2	-	-	-	[20, 25, 33-39, 44, 51, 55, 57, 60]	Опрос, дискуссия, решение задач и хозяйственных ситуаций

	Всего часов	6	6	-	2	-	-	-		Тест, экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Торговая инноватика»

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 студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с учебной программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по учебной дисциплине в целом и ее темам, 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 (тесты, индивидуальные задания, обязательные контрольные работы, самостоятельные задания и т.п.);
- подготовка к экзамену.

Для оценки качества самостоятельной работы студентов осуществляется контроль ее выполнения. Контроль знаний студентов осуществляется путем опросов, тестирования, решения хозяйственных ситуаций, проведения деловых и ролевых игр, круглых столов, дискуссий, написания рефератов, выполнения индивидуальных заданий, самостоятельных работ и сдачи экзамена.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Законодательные и нормативные акты

1. Кодекс Республики Беларусь об образовании от 13 января 2011 г. № 243-3 (ред. от 14.01.2022).
2. Закон Республики Беларусь от 08 января 2014 г. № 128-3 (ред. от 04.01.2021) «О государственном регулировании торговли и общественного питания».
3. Закон Республики Беларусь от 19 января 1993 № 2105 (ред. от 04.01.2021) «Об основах государственной научно-технической политики».
4. Закон Республики Беларусь от 10 июля 2012 г. № 425-3 (ред. от 06.01.2022) «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь».
5. Закон Республики Беларусь от 05 февраля 1993 № 2181-XII (ред. от 18.12.2019) «О товарных знаках и знаках обслуживания».
6. Закон Республики Беларусь от 21 октября 1996 г. № 708-XIII (ред. от 04.01.2021) «О научной деятельности».
7. Закон Республики Беларусь от 05 мая 1998 г. № 159-3 (ред. от 04.01.2021) «О Национальной академии наук Беларуси».
8. Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 53-3 (ред. от 05.01.2022) «Об инвестициях».
9. Закон Республики Беларусь от 17 мая 2011 г. № 263-3 (ред. от 09.01.2023) «Об авторском праве и смежных правах».
10. Закон Республики Беларусь от 03 января 2023 г. № 241-3 «Об ограничении исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности».
11. Декрет Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 г. № 8 «О развитии цифровой экономики».
12. Декрет Президента Республики Беларусь от 22 сентября 2005 г. № 12 (ред. от 18.03.2021) «О Парке высоких технологий».
13. Указ Президента Республики Беларусь от 05.06.2012 № 253 (ред. от 11.06.2021) «О создании Китайско-Белорусского индустриального парка «Индустриальный парк «Великий камень»».
14. Указ Президента Республики Беларусь от 30.06.2014 г. № 326 (ред. от 12.05.2020) «О деятельности Китайско-Белорусского индустриального парка «Индустриальный парк «Великий Камень»».
15. Указ Президента Республики Беларусь от 03 января 2007 г. № 1 (ред. от 01.08.2022) «Об утверждении Положения о порядке создания субъектов инновационной инфраструктуры».
16. Указ Президента Республики Беларусь от 09 марта 2009 г. № 123 (ред. от 25.10.2022) «О некоторых мерах по стимулированию инновационной деятельности в Республике Беларусь».

17. Указ Президента Республики Беларусь от 07 августа 2012 г. № 357 (ред. от 07.05.2020) «О порядке формирования и использования средств инновационных фондов».

18. Указ Президента Республики Беларусь от 12 февраля 2019 г. № 49 (ред. от 20.09.2021) «О создании Белорусского института стратегических исследований».

19. Указ Президента Республики Беларусь от 27 мая 2019 г. № 197 (ред. от 07.05.2020) «О научной, научно-технической и инновационной деятельности».

20. Указ Президента Республики Беларусь от 7 мая 2020 г. № 56 «О приоритетных направлениях научной, научно-технической и инновационной деятельности на 2021-2025 годы».

21. Указ Президента Республики Беларусь от 14 февраля 2022 г. № 56 «О реестре адресов (идентификаторов) виртуальных кошельков и особенностях оборота криптовалюты».

22. Указ Президента Республики Беларусь от 7 апреля 2022 г. № 136 «Об органе государственного управления в сфере цифрового развития и вопросах информатизации».

23. Указ Президента Республики Беларусь от 15 сентября 2021 г. № 348 «О государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы».

24. ГОСТ 31279-2004 «Инновационная деятельность. Термины и определения».

25. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 16 января 2014 г. № 27 «Об утверждении Концепции формирования и развития инновационно-промышленных кластеров в Республике Беларусь».

26. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 марта 2012 г. № 282 (ред. от 01.07.2022) «О Государственном комитете по науке и технологиям Республики Беларусь».

27. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 марта 2012 г. № 229 (ред. от 11.01.2023) «О совершенствовании отношений в области закупок товаров (работ, услуг) за счет собственных средств».

28. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26 мая 2014 г. № 506 (ред. от 06.05.2022) «О бизнес-планах инвестиционных проектов».

29. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 8 августа 2005 г. N 873 (ред. от 10.05.2018) «О прогнозах, бизнес-планах развития и бизнес-планах инвестиционных проектов коммерческих организаций».

30. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26 марта 2021 г. № 173 «О перечнях государственных и региональных научно-технических программ на 2021-2025 годы».

31. Протокол заседания Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 04 февраля 2020 г. № 3 «Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 г. (НСУР-2035)».

32. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 08 сентября 2022 г. № 590 «О направлении использования средств инновационных фондов».

33. Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 31 августа 2005 г. № 158 (ред. от 10.05.2018) «Об утверждении правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов».

34. Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 30 октября 2006 г. № 186 (ред. от 18.07.2014) «Рекомендации по разработке прогнозов развития коммерческих организаций на пять лет и Рекомендации по разработке бизнес-планов развития коммерческих организаций на год».

35. Постановление Президиума Национальной академии наук Беларуси от 26 февраля 2018 № 17 «Стратегия «Наука и технологии: 2018–2040».

36. Постановление Национального статистического комитета Республики Беларусь от 3 сентября 2021 г. № 76 «Об утверждении формы государственной статистической отчетности 1-нт (инновация) «отчет об инновационной деятельности организации» и указаний по ее заполнению».

37. Приказ Государственного комитета Республики Беларусь от 14 июня 1992 г. № 147 «Об утверждении форм и показателей по реализации инновационных проектов».

38. Приказ Государственного комитета Республики Беларусь от 06 июля 2017 г. № 166 «Об утверждении Методических рекомендаций» (вместе с Методическими рекомендациями по отнесению технологий к V и VI технологическим укладам».

39. Приказ Министерства торговли Республики Беларусь от 29 сентября 2005 г. № 106 «Отраслевые рекомендации по разработке прогнозов развития организаций на пять лет и бизнес-планов их развития на год».

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

40. Вашко, И. М. Экономика инноваций : пособие для студентов учреждений высшего образования / И. М. Вашко ; Академия управления при Президенте Республики Беларусь. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2021. – 175 с.

41. Гурина, Е. В. Экономика инноваций : пособие / Е. В. Гурина, Т. И. Серченя ; Белорусский национальный технический университет, Кафедра «Инженерная экономика». – Минск : БНТУ, 2021. – 68 с.

42. Экономика организации (предприятия) : [учебное пособие для студентов учреждений высшего образования] / [Л.Н. Нехорошева и др.] ; под ред. Л.Н. Нехорошевой. – Минск : БГЭУ, 2020. – 686, [1] с.

43. Основы научной и инновационной деятельности промышленных организаций : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по техническим и экономическим специальностям / [О. В. Авдейчик, Л.Н. Нехорошева и др.] ; под редакцией В. А. Струка, Г. А. Хацкевича. – Гродно : Гродненский государственный аграрный университет, 2021. – 366 с.

Дополнительная:

44. Богдан, Н. И. Инновационная политика : [монография] / Н. И. Богдан ; [Белорусский гос. экон. ун-т]. – Минск : Четыре четверти, 2019. – 306 с. : ил.

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

46. Валевич, Р. П. Формирование инновационной концепции культуры питания и ее воздействие на перспективы развития рынка потребительских товаров // Р. П. Валевич, С. О. Белова // Научные труды Белорусского государственного экономического университета – Минск : БГЭУ. – 2015. – Вып. 8. – С. 41-47.

47. 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.

48. Герман Е. А. Теоретическая инноватика: учебное пособие / Е. А. Герман. – СПб. : Санкт-Петербургский политехнический университет, 2018. – 148 с.

49. Диянова, С.Н. Инновации в торговле и общественном питании : С. Н. Диянова, Т. А. Джум //: учебное пособие для высших учебных заведений по направлениям подготовки 38.03.06 «Торговое дело» и 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания» / С. Н. Диянова, Т. А. Джум. – М. : РусАльянс Сова, 2018. – 328 с.

50. Инновации в торговле : практикум для реализации содержания образовательных программ высшего образования I ступени и переподготовки руководящих работников и специалистов / Белкоопсоюз, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, Кафедра коммерции и логистики ; [авт.-сост. О. В. Пигунова, Н. А. Савостенко]. – Гомель : БТЭУ, 2016. – 52 с.
51. Иванцов, П. И. Инноватика : пособие для студентов учреждений высшего образования / П. И. Иванцов. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2013. – 162 с.
52. Беляцкий, Н. П. Инновационный менеджмент : пособие / Н. П. Беляцкий, В. М. Руденков, Б. Д. Семенов. – Минск : Амалфея : Мисанта, 2014. – 460 с.
53. Концептуальные основы совершенствования правового обеспечения научной, научно-технической и инновационной деятельности в Республике Беларусь : В. И. Бельский [и др.] ; под ред. В. И. Бельского, В. К. Ладутько. – Минск : Белорусская наука, 2019. – 342 с.
54. Комплексный прогноз научно-технического прогресса Республики Беларусь на 2021-2025 гг. В 2 т. / Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь. Ин-т экономики НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2021.
55. Кудашов, В. И. Экономика и управление инновациями: учебное пособие / В. И. Кудашов. – Минск : ИВЦ Минфина, 2015. – 272 с.
56. Мировой опыт стимулирования инновационного развития экономики : механизмы, инструменты, перспективы адаптации для Республики Беларусь : [монография / Д. В. Муха [и др.]; под науч. ред. Д.В. Мухи] ; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т экономики. – Минск : Беларуская навука, 2020. – 378, [3] с.: ил. – (Белорусская экономическая школа).
57. Нехорошева, Л. Н. Теория и практика экономики и управления инновациями : учебно-методическое пособие / Л. Н. Нехорошева, М. В. Самойлов [и др.]; под ред. Л. Н. Нехорошевой. – Минск : БГАТУ, 2013.
58. Нехорошева, Л. Н. Глобальные вызовы в контексте четвертой промышленной революции : новые требования к национальной экономике и угроза возникновения «технологической пропасти» / Стратегия развития экономики Беларуси : вызовы, инструменты реализации и перспективы: сборник научных статей. В 4 ч. Ч. 1 / Национальная академия наук Беларуси, Институт экономики НАН Беларуси ; редкол. : В. И. Бельский [и др.]. – Минск : Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2017. – с. 95-110.
59. Нехорошева, Л. Н. Перспективы развития бизнеса в контексте цифровой трансформации экономики: новые вызовы и возможности для Беларуси // Институциональные механизмы развития малого и среднего бизнеса: Материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 25-26 января 2018 года). – Минск : Иппокрена, 2018. – С. 18-23.

60. Нехорошева, Л. Н. Экономика и управление инновациями. учебное пособие с грифом Министерства образования Республики Беларусь / Л. Н. Нехорошева, С. А. Егоров. – Минск: БГЭУ, 2010. – 287 с.
61. Нехорошева, Л. Н. Развитие экосистемы венчурной деятельности и формирование новых бизнес-моделей в Республике Беларусь в контексте диджитализации и коммуникаций четвертой промышленной революции. Научные труды Белорусского государственного экономического университета. – Минск : БГЭУ, 2018. – Выпуск 11 – С. 306-316.
62. Прудникова, Л. В. Экономика и управление инновациями : курс лекций для студентов спец. 1-25 01 07 "Экономика и управление на предприятии" / Л. В. Прудникова, Т. В. Жиганова ; УО "ВГТУ". – Витебск, 2016. – 120 с. : ил. – Лит. – ISBN 978-985-481-452-0.
63. Прыгун, И. В. Концепция инноватики в сфере товарного обращения / И. В. Прыгун // Теория и практика менеджмента и маркетинга. Материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 31 мая-2 июня 2007 года). – Минск: ООО «Мэджик Бук», 2007. – С. 217-218.
64. Прыгун, И. В. Торговая инновация: понятие и классификация / И. В. Прыгун // Менеджмент и маркетинг : опыт и проблемы : Сборник научных трудов ; под общ ред. И. Л. Акулича. – Минск: «Мэджик Бук», 2008. – С. 282-287.
65. Теоретическая инноватика : учебное пособие / сост. М. В. Рыбкина. – Ульяновск: УлГТУ, 2022. – 165 с.
66. Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.oecdilibrary.org>. – Date of access: 28.02.2023.
67. Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development, 7th Edition [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.conicyt.cl>. – Date of access: 28.02.2023.

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)
Коммерческая деятельность	Кафедра коммерческой деятельности и рынка недвижимости	Нет	Учебную программу по учебной дисциплине «Торговая инноватика» рекомендовать к утверждению Протокол № 9 от 09.03.2023 г.

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 202 /202 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
экономики торговли и услуг (протокол № от 202 г.)
(название кафедры)

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

_____ (подпись)

И.М. Микулич
(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета коммерции
и туристической индустрии
канд. экон. наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

А.И. Ерчак
(И.О.Фамилия)