

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

_____ В.Н.Шимов

«_____» _____ 2017 г.

Регистрационный № УД _____/уч.

СОЦИОЛОГИЯ ИННОВАЦИЙ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине
для специальности 1-23 01 05 «Социология»

СОСТАВИТЕЛИ: Кучко Е.Е., профессор кафедры экономической социологии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор социологических наук, профессор.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кечина Е.А., профессор кафедры социологии Белорусского государственного университета, доктор социологических наук, профессор.

Лашук И.В., заместитель директора по научной работе Института социологии НАН Беларуси, кандидат социологических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономической социологии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № _____ от _____ 2017);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № _____ от _____ 2017).

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Социология инноваций» относится к числу курсов, изучение которых занимает важное место в профессиональной теоретической и практической подготовке студентов социологических специальностей. Актуальность преподавания данного курса обусловлена потребностью оптимизации инновационной практики и повышения эффективности реализации инновационных программ путем социологического обеспечения инновационной деятельности.

Предлагаемая программа учебной дисциплины «Социология инноваций» составлена на основе личного опыта преподавания названной учебной дисциплины студентам отделения социологии факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета, а также участия в социологической научно-исследовательской практике. Она содержит ряд информационных и методических материалов, необходимых для целенаправленного аудиторного изучения курса. В программе представлены тематический план курса, тематика занятий, список рекомендуемой литературы, вопросы к зачету.

Цель учебной дисциплины: - получение студентами систематизированных знаний о сущности, видах и специфике инновационных процессов; об этапах становления инноватики как отрасли знания и социологии инноваций как специальной социологической теории, а также обучение студентов общим принципам и методам качественных и количественных социологических исследований в сфере инновационной практики.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование научного представления о месте и роли инноватики и социологии инноваций в системе научного знания;
- освоение основных категорий социологии инноваций;
- изучение видов инноваций в системе определяющих их факторов;
- овладение методикой социального маркетинга инноваций;
- рассмотрение возможностей менеджмента инноваций;
- освоение основных методов социологического анализа инновационной практики;
- ознакомление с методами качественного и количественного анализа данных социологических исследований инновационной практики.

Требования к освоению учебной дисциплины в соответствии с образовательным стандартом

После успешного прохождения дисциплины студент

должен знать:

- основные категории социологии инноваций;
- социальные факторы инновационной деятельности и тенденции развития инновационной практики;

- методы сбора, обработки и анализа социологической информации в проблемном поле социологии инноваций;
- технологии маркетинга и менеджмента инноваций.

В результате изучения данной дисциплины студент

должен уметь:

- осуществлять факторный анализ инновационной деятельности;
- характеризовать виды инноваций и тенденции развития инновационной практики;
- анализировать логику и модели реализации инновационной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины студент

должен владеть:

- методикой оценки возможностей маркетинга инноваций;
- технологией социального маркетинга инноваций;
- методикой оценки потенциала методов сбора социологической информации в сфере инновационной практики.

В числе эффективных технологий обучения, применимых при изучении учебной дисциплины «Социология инноваций», следует выделить игровые, диалоговые и тренинговые технологии. Контролируемая самостоятельная работа в рамках учебной дисциплины «Социология инноваций» предусматривает выполнение студентами контрольных работ, подготовку рефератов, ознакомление с первоисточниками.

Учебная программа учебной дисциплины рассчитана на 150 часов всего, из них всего аудиторных 50 часов, в том числе 28 часов лекций, 22 часов семинарских занятий. Форма итоговой аттестации – зачет.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЦИОЛОГИЯ НАУКИ»
ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, Темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР		Иное *	Форма контроля Знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Лекции	ПЗ (СЗ)			
						и				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Формирование инноватики как отрасли знания.	2						[1]		
2	Социология инноваций как специальная социологическая теория.	4		2				[10]	Доклады с обсуждением.	
3	Особенности реализации инновационных процессов.	2		2				[1] [2]	Опрос. Тест.	
4	Факторы, влияющие на восприятие и оценку инноваций.	4		4				[11]	Доклады с обсуждением.	
5	Классификация инноваций.	4		2				[9]	Опрос. Тест.	
6	Категориальная структура социологии инноваций.	4		4				[5] [8]	Опрос.	

								[9]	
7	Социологическое обеспечение инноваций.	2		4				[11] [7]	Доклады с обсуждением
8	Социальные механизмы инновационной деятельности.	2		2				[10] [11] [15]	Доклады с обсуждением
9	Менеджмент и социальный маркетинг инноваций.	2		2				[2] [3] [10] [15]	Опрос. Тест.

3. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Формирование инноватики как отрасли знания.

Формирование концепций инновационного развития с начала XX века до конца 70-х годов XX века (Г. Тард, Й. Шумпетер, П. Сорокин, С. Кузнец, Е. Роджерс, У. Робертс, Г. Менш): рассмотрение инноваций как фактора экономического роста. Развитие инноватики с 80-х годов XX века до середины 90-х годов XX века (В. Хартман, В. Шток, А.И. Пригожин, Б.В. Сазонов, Н.И. Лапин, Е.Т. Гребнев): исследования показателей инновационных процессов. Изучение инноваций как социокультурного феномена в середине 90-х годов XX века до настоящего времени и формирование социогуманитарного подхода в исследовании инновационной практики (С.А. Шавель, Е.А. Бабосов, Г.Н. Соколова, П.Г. Никитенко).

Тема 2. Социология инноваций как специальная социологическая теория.

Объект и предмет социологии инноваций. Функции социологии инноваций (познавательные и практические). Цели социологии инноваций (изучение среды реализации инновационных процессов, проблем адаптации к инновациям, анализ социальных механизмов инноваций). Принципы изучения инноваций: комплексности, системности, единства теории и практики, социального детерминизма, сочетания объективного и субъективного. Задачи социологии инноваций (познавательные и практические). Уровни изучения инновационной практики в социологии инноваций (теоретический и практический).

Тема 3. Особенности реализации инновационных процессов.

Категория «инновационный процесс»: понятие и подходы к определению. Особенности инновационных процессов: открытость, нелинейность, динамизм, незавершенность, процессуальность, альтернативность, разнообразие, системность, объективность, вероятностный характер, особый статус субъектов. Проблемы взаимной адаптации инноваций и социальной среды. Уровни исследования инновационных процессов: теоретический, практический, макроуровень, мезоуровень, микроуровень. Закономерности инновационных процессов. Тенденции развития современной инновационной практики.

Тема 4. Факторы, влияющие на восприятие и оценку инноваций.

Объективные факторы, влияющие на восприятие и оценку инноваций: культура и уровень инновационной культуры, организационная структура,

уровень развития техники и технологии, состояние экономики, информационные и коммуникационные процессы, инновационная инфраструктура, безопасность инноваций, особенности национальной инновационной системы и инфраструктуры, инновационная политика, система стимулирования и мотивации инновационной деятельности, международное сотрудничество и конкуренция, последствия осуществившихся инноваций, международное сотрудничество и конкуренция. Субъективные факторы: образовательный уровень участников инновационных процессов, их поло-возрастные и психологические особенности, инновационная диспозиция, особенности мировоззрения и типа мышления. Организационные факторы: коммуникативная составляющая, информационное обеспечение, социально-психологический климат коллектива, система стимулирования и поощрения, структура организации, социально-экономический статус и престиж организации, корпоративная культура, инновационная политика, интересы и ценности организации, маркетинг и менеджмент инноваций в организации, характеристики инноваций.

Тема 5. Классификация инноваций.

Подходы к классификации инноваций. Принципы построения классификации инноваций: системность, целостность: конкретность, открытость. Критерии классификации инноваций. Основные виды инноваций (концептуальные, социальные, организационно-управленческие) и их характеристика. Взаимодополнительность инноваций, их диффузия и взаимосвязь.

Тема 6. Категориальная структура социологии инноваций.

Основные категории социологии инноваций: новшество, новации, нововведения, новаторство, инновационный процесс, инновация. Специфика категорий социологии инноваций: Многоуровневая структура социологии инноваций. Категории первого уровня (отражают главные характеристики проблемного поля) – основные категории. Категории второго уровня (характеризуют сущность инновационных процессов) – инновационная сфера, инновационная инфраструктура, инновационный массив, результат инновации и др. Категории третьего уровня (характеризуют социальный механизм инновационных процессов) – инновационная деятельность, инновационное поведение, инновационный потенциал, инновационный климат, инновационная активность, инновационная включенность, инновационное сознание, инновационный риск и др.

Тема 7. Социологическое обеспечение инноваций.

Структура социологического обеспечения инноваций: социологическое изучение инноваций и социологическая диагностика инноваций. Этапы социологического обоснования инноваций. Социологическое изучение инноваций: возможности социологических исследований инновационной практики и их виды (трендовые, локальные, оперативные, мониторинговые, лонгитюдные, экспертные, ретроспективные, аналитические, сравнительные и др.), исследовательские подходы к изучению инновационной практики (качественные и количественные), методическое обеспечение социологического изучения инновационной практики. Цели и задачи социологического обоснования инноваций. Социологическая диагностика инноваций: объект, задачи и принципы.

Тема 8. Социальные механизмы инновационной деятельности.

Понятие «социальный механизм инновационной деятельности»: подходы к пониманию и интерпретации. Социальный механизм инновационной деятельности как система ее социальных регуляторов. Функции социального механизма инновационной деятельности: разрешение противоречий в реализации инновационных процессов, обеспечения соответствия инновационных процессов общественным потребностям, определение характера протекания инновационных процессов. Регуляторы инновационной деятельности: глобальные (право, экономика, хозяйственный механизм, наука, культура, образование) и локальные (территориальные, производственные, организационно-управленческие, социальные) регуляторы.

Тема 9. Менеджмент и социальный маркетинг инноваций.

Понятие «менеджмент инноваций»: сущность и подходы к определению. Понятия «маркетинг инновация» и «социальный маркетинг инноваций»: сущность и подходы к определению. Соотношение понятий «менеджмент инноваций» и «инновационный менеджмент». Функции менеджмента инноваций (инновационного планирования, регулирования, оценивания, контроля и др.). Задачи менеджмента инноваций (прогнозирование и планирование инноваций, анализ ресурсного обеспечения инноваций и др.). Виды маркетинга инноваций: коммерческий, стратегический, тактический, некоммерческий. Функции маркетинга инноваций (информационная, рекламная, организационная, координирующая, практическая и др.). Инновационная политика: понятие, основные направления реализации.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Абушенко, В.Л. Культурные инновации / В.Л. Абушенко // Научные основы идентификации и использования общественно-функциональных инноваций / А.В. Марков [и др.]; под ред. П.Г. Никитенко. – Минск: Право и экономика, 2004. – С. 322-390.
2. Акимов, Д.И. Социальный маркетинг / Д.И. Акимов. – Киев: Наукова думка, 2008. – 144 с.
3. Арсенов, В.В. Управление инновациями: учебное пособие / В.В. Арсенов. Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2006. – 139 с.
4. Афонин, И.В. Инновационный менеджмент / И.В. Афонин. – М.: Гардарики, 2005. – 223 с.
5. Гамидов, Г.С. Основы инноватики и инновационной деятельности / Г.С. Гамидов, В.Н. Косалс, Н.О. Рсманов. – СПб.: Политехника, 2000. – 323 с.

Дополнительная

1. Ахиезер, А.С. Россия: критика исторического опыта: в 3 т. / А.С. Ахиезер. – Новосибирск: Сибирский хронограф, 1998. – Т.2: Социокультурная динамика России / А.С. Ахиезер. – 1998. – 594 с.
2. Бамбаева Н.Я. Статистический анализ инновационного потенциала Российской Федерации / Н.Я. Бамбаева, М.Я. Уринсон // Вопросы статистики. – 2008. - № 7. – С. 15-19.
3. Гавриленко, В.Г. Правовые основы государственной инновационной политики / В.Г. Гавриленко; под науч. ред. П.Г. Никитенко; Ин-т экономики НАН Беларуси. – Минск: Право и экономика, 2006. – 400 с.
4. Заславская Т.И. Социетальная трансформация российского общества: деятельностно-структурная концепция / Т.И. Заславская. – М.: Дело, 2002. – 568 с.
5. Зинов, В.Г. Менеджмент инноваций / В.Г. Зинов. М.: Дело, 2005. – 495 с.
6. Мняян, М.Г. Инновационный вызов времени / М.Г. Мняян. – М.: Изд. дом «Сумма технологий», 2002. – 195 с.
7. Никитенко, П.Г. Гуманитарные науки – приоритетный фактор инновационного развития / П.Г. Никитенко // Наука и инновации. – 2009. - № 1. – С. 48-50.
8. Переходов, В.Н. Основы управления инновационной деятельностью / В.Н. Переходов. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 221 с.
9. Симагути, М. Эпоха системных инноваций / М. Симагути. – М.: Миракл, 2006. – 247 с.

10. Соколова, Г.Н. О подходе к исследованию инновационной стратегии государства / Г.Н. Соколова // СОЦИС. – 2008. - № 9. – С. 39-46.
11. Степаненко, Д. М. Теория инноваций и белорусская реальность / Д.М. Степаненко. – Минск: Издательский центр Белорусского государственного университета, 2006. – 393 с.
12. Тощенко, Ж.Т. Парадоксальный человек / Ж.Т. Тощенко. – М.: Изд-во: Юнити-Дана, 2008. – 543 с.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЕ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ
СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой дисциплине	Решение принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)

Дополнения и изменения к учебной программе по изучаемой учебной дисциплине «Прикладная социология»

на 20__/20__ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1		

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономической социологии («__» _____20__ г. Протокол № __)

Заведующий кафедрой,
к.соц.н., доцент

С.П. Романова