

**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ “БЕЛОРУССКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ”**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

 В.Н. Шимов

« 09 » 06 2011г.

Регистрационный № УД-698-11 /баз.

СОЦИОЛОГИЯ ИННОВАЦИЙ

**Учебная программа для специальности
1-23 01 05 «Социология»**

2011 г

СОСТАВИТЕЛЬ: Кучко Е.Е., профессор кафедры экономической социологии Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор социологических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Елсукова Н.А., доцент кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета, кандидат социологических наук, доцент;

Украинец П.П., профессор кафедры социологии факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета, доктор исторических наук, профессор.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономической социологии Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 8 от 05.03. 2011 г.);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 01.06. 2011 г.)

Ответственный за редакцию: Кучко Е.Е.

Ответственный за выпуск: Кучко Е.Е.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Социология инноваций» относится к числу основных дисциплин учебного плана профессиональной подготовки студентов по специальности 1-23 01 05 «Социология». В процессе освоения этой дисциплины студенты приобретают знания в области инновационной теории и практики: понимание сути инновационных процессов, их структуры и видов; закономерностей, специфики и тенденций их протекания; возможностей их социальной организации, а также получают навыки организации и проведения социологических исследований в проблемном поле инноватики. Полученные теоретические знания и практические умения позволят развить у студентов системный подход к анализу социальной практики в целом и инновационной практики в частности, сформировать междисциплинарное научное мышление, а наряду с изучением методов социологических исследований, теоретической социологии и специальных социологических теорий - комплексно овладевать необходимыми для профессии социолога знаниями и существенным образом повысить эффективность усвоения курсов по другим социологическим дисциплинам.

Цели курса:

- получение студентами систематизированных знаний о сущности, видах и специфике инновационных процессов;
- получение студентами знаний об этапах становления инноватики как отрасли знания и социологии инноваций как специальной социологической теории;
- овладение студентами основными категориями инновационной теории;
- освоение студентами принципов менеджмента и маркетинга инноваций;
- обучение студентов общим принципам и методам качественных и количественных социологических исследований проблем инноватики.

Задачи курса:

- 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.

Дисциплина включает в себя: 1) лекционные занятия, в ходе которых студенты знакомятся с категориальным аппаратом специальной социологической теории, получают знания о специфике социологических исследований инновационной практики; 2) групповые практические и семинарские занятия по

обсуждению основных положений дисциплины. Работа в системе лекционных и семинарских занятий направлена на формирование способности системной и критической оценки социальных аспектов инновационной практики и ориентирует на персональную разработку индивидуальных исследовательских программ и социологического инструментария в поле проблем инноватики.

По окончании изучения курса студенты должны 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.

уметь:

- осуществлять факторный анализ инновационной деятельности;
- характеризовать виды инноваций и тенденции развития инновационной практики;
- анализировать логику и модели реализации инновационной деятельности;
- грамотно оценивать возможности менеджмента инноваций;
- понимать возможности социального маркетинга инноваций;
- грамотно оценивать возможности методов сбора социологической информации в сфере инновационной практики.

владеть навыками:

- организации и проведения социологического исследования в сфере инновационной практики и работы с полученной социологической социологической информацией;
- изучения и оценки феноменов инновационной практики с позиций социологической науки.

Структура курса. Курс состоит из 9 тем, касающихся основной проблематики социологии инноваций. Типовым учебным планом специальности на изучение дисциплины «Социология инноваций» отводится 70 часов, в том числе 34 часа аудиторных занятий (18 часов – лекции и 16 часов – семинарские занятия).

Форма контроля знаний. Основной рекомендуемой формой текущего контроля знаний являются выступления на семинарских занятиях и выполнение контролируемой самостоятельной работы. Итоговый контроль знаний – зачет, рекомендуется проводить в устной форме.

2. ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Наименование разделов и тем	Всего часов	Лекции	Семинары
1	2	3	4	5
1	Формирование инноватики как отрасли знания	2	2	
2	Социология инноваций как специальная социологическая теория	4	2	2
3	Особенности реализации инновационных процессов	4	2	2
4	Факторы, влияющие на восприятие и оценку инноваций	4	2	2
5	Классификация инноваций	4	2	2
6	Категориальная структура социологии инноваций	4	2	2
7	Социологическое обеспечение инноваций	4	2	2
8	Социальные механизмы инновационной деятельности	4	2	2
9	Менеджмент и социальный маркетинг инноваций	4	2	2
	Всего	34	18	16

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. Арсенов, В.В. Управление инновациями: учебное пособие / В.В. Арсенов. Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2006. – 139 с.
3. Афонин, И.В. Инновационный менеджмент / И.В. Афонин. – М.: Гардарики, 2005. – 223 с.
4. Гамидов, Г.С. Основы инноватики и инновационной деятельности / Г.С. Гамидов, В.Н. Косалс, Н.О. Рсманов. – СПб.: Политехника, 2000. – 323 с.
5. Инновационный менеджмент / К.В. Балдин [и др.] – М.: Дашков и К, 2007. – 382 с.
6. Карпова, Ю.А. Введение в социологию инноватики / Ю.А. Карпова. – СПб.: Питер, 2004. – 192 с.
7. Кокурин, Д.И. Инновационная деятельность / Д.И. Кокурин. – М.: Экзамен, 2001. – 574 с.
8. Кучко, Е.Е. Социология инноваций / Е.Е. Кучко. – Минск: Право и экономика, 2009. – 340 с.
9. Лапин, Н.И. теория и практика инноватики: учебное пособие / Н.И. Лапин. – М.: Логос, 2008. – 326 с.

Дополнительная:

1. Акимов, Д.И. Социальный маркетинг / Д.И. Акимов. – Киев: Наукова думка, 2008. – 144 с.
2. Мясникович, М.В. Научные основы инновационной деятельности / М.В. Мясникович. – Минск: Право и экономика, 2003. – 278 с.
3. Нехорошева, Л.Н. Регулирование инновационной деятельности: учебное пособие / Л.Н. Нехорошева. – Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 1995. – 176 с.
4. Соколова, Г.Н. Белорусская модель инновационного развития в социальном измерении / Г.Н. Соколова // Социология. – 2007. - № 3. – С. 58-68.
5. Шавель, С.А. Социальные инновации как источник развития общества / С.А. Шавель // Социология. – 2004. - № 3. – С. 3-21.
6. Штомпка, П. Социология социальных измерений / П. Штомпка. – М.: Аспект-пресс, 1996. – 415 с.
7. Яковец, Ю.В. Эпохальные инновации XXI века / Ю.В. Яковец. – М.: Экономика, 2004. – 443 с.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>