

Белорусский государственный университет



**ИННОВАЦИОННЫЙ БИЗНЕС
И ТРАНСКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ**

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
высшего образования второй ступени (магистратуры)
1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент**

2016 г.

Учебная программа составлена на основе:

образовательного стандарта «Высшее образование. Вторая ступень (магистратура). Специальность 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент», утвержден и введен в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 24.08.2012 г., № 108 (ОСВО 1.23 81 03-2012);

учебного плана по специальности высшего образования второй ступени (магистратуры) 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент

26.05.2016 г. регистрационный № Е 23-209/уч.;

(дата утверждения)

учебного плана по специальности высшего образования второй ступени (магистратуры) 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент

26.05.2016 г. регистрационный № Е 23з-210/уч.

(дата утверждения)

СОСТАВИТЕЛЬ

Ю. Ю. Гафарова, доцент кафедры социальной коммуникации Белорусского государственного университета, кандидат философских наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой социальной коммуникации Белорусского государственного университета

(протокол № 13 от 23.05.2016 г.);

Научно-методическим советом Белорусского государственного университета (протокол № 6 от 31.05.2016 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация» предназначена для реализации на второй ступени высшего образования и входит в компонент учреждения высшего образования цикла дисциплин специальной подготовки.

Учебная программа дисциплины разработана в соответствии с образовательным стандартом и учебным планом по специальности высшего образования второй ступени (магистратуры) 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент.

«Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация» – комплексная учебная дисциплина, основанная на холистическом подходе к бизнесу и инновационной деятельности. Она нацелена на рассмотрение современного инновационного бизнеса как феномена, не только ориентированного на разработку, внедрение и реализацию нового или усовершенствованного продукта, технологического процесса, процесса управления, но и связанного с человеко-центрированным развитием, что предполагает принятие ценностно-ориентированных решений, учитывающих как интересы непосредственного потребителя, так и глобальную, социальную и экологическую перспективу. Принятие глобальной перспективы и социальной ответственности ведёт к необходимости овладения навыками транскультурной коммуникации. Кроме того, такой фактор инновационной активности, как выход на международные рынки, требует от инновационных субъектов «номадических» знаний, опирающихся на способность работы воображения и креативный подход к современной транскультурной ситуации, заключающийся в умении адаптировать не только опыт предпринимательской деятельности западного типа, но и общемировое наследие в его модернизированном варианте. И, наконец, широкие международные перспективы инновационного бизнеса формируют транскультурное коммуникационное пространство, требующее от участников коммуникаций глобальных компетенций. Насущной необходимостью становится адаптация к нему субъектов, действующих в системе бизнеса, путём ослабления эмоциональных реакций на нормы поведения и общения представителей чужих культур и выработки стимулов к принятию нового.

В подготовке магистров межкультурной коммуникации дисциплина «Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация» востребована в качестве основы для решения проблем прогнозирования и коммуникации в рамках профессиональной деятельности. Необходимыми условиями успешного функционирования современного профессионала являются умения успешно взаимодействовать в транскультурной ситуации, рассматривая инокультурного коммуниканта как «адекватного» адресата либо адресанта, навыки определения и расшифровки сценариев коммуникации, способность выработки ровного эмоционального фона интеракций. Комплекс данных компонентов обуславливает *цель* курса «Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация» для реализации на второй ступени высшего образования.

Цель учебной дисциплины – формирование у магистрантов *навыков* эффективного сотрудничества в области инновационной деятельности с представителями различных экономических культур (поведенческого компонента) и *установок* на общую открытость различным формам диверсифицированности и гибридности в научной, политической и экономической деятельности (аффективного компонента) на основе *усвоения знаний* о многообразии способов организации академических, экономических и политических сфер регионов современного мира (когнитивного компонента). Всё это выдвигает ряд *задач* изучения данной дисциплины.

Задачи учебной дисциплины:

- получение знаний общего характера о феномене инновации и истории инновационных исследований;
- выявление основных характеристик инновационных систем;
- знакомство с основными подходами к типологизации исторических социально-экономических моделей;
- экспликация проблем транскультурной коммуникации в экономической и политической сферах, области науки и образования;
- овладение основными навыками комплексного анализа транскультурных коммуникативных актов с учётом первичности коммуникационного процесса;
- выработка чувствительности к культурным различиям;
- отработка навыков коммуникации и интеракции с носителями различных культур.

Учебная дисциплина «Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация» читается параллельно с учебными дисциплинами «Управление рисковыми и кризисными коммуникациями», «Этика интернет-коммуникаций», «Переговорный процесс в информационном обществе». Кроме того, учебная дисциплина связана с дисциплинами «Групповая и межличностная коммуникация в организациях», «Развитие бизнеса».

По завершению изучения учебной дисциплины «Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация» магистрант должен:

знать:

- основные понятия трансдисциплинарной области «Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация»;
- основные характеристики национальных, региональных и транснациональных инновационных систем;
- варианты типологизации исторических социально-экономических моделей в современном гуманитарном и социальном знании;
- основные проблемы транскультурной коммуникации в экономической деятельности, политической сфере, науке и образовании.

уметь:

- выявлять гуманистический потенциал транскультурного коммуникационного процесса в инновационном бизнесе;
- эксплицировать передачу информации в контексте экономических и политических взаимодействий представителей различных культур;

- адаптироваться в условиях региональной диверсифицированности в качестве личности и профессионала, быть готовым к работе в поликультурном коллективе, проявлять толерантное отношение к межкультурным и межрелигиозным различиям;
- использовать полученные теоретические знания для оценки инновационных процессов в экономической, политической, научной и образовательной сферах Республики Беларусь;

владеть:

- компаративным методом исследования глобальных регионов и локальных культур;
- умением синтезировать новое знание, формулировать обобщающие выводы и оценки об инокультурном коммуниканте;
- навыками рефлексии, способностью к адекватной оценке собственных культурных установок.

Формы получения высшего образования: *очная, заочная.*

На изучение учебной дисциплины «Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация» магистрантам *очной формы обучения* учебным планом отводится 84 учебных часа, из них 42 – аудиторных, примерное распределение которых по видам занятий включает в первом семестре: 14 лекционных, 14 семинарских часов и 14 часов управляемой самостоятельной работы; магистрантам *заочной формы обучения* – 90 учебных часов, из них 14 – аудиторных, примерное распределение которых по видам занятий включает в первом семестре: 10 лекционных часов, 4 семинарских часа.

Формы текущей аттестации по учебной дисциплине: тест, работа в группах, индивидуальные и групповые выступления с презентациями, эссе.

Рекомендуемая форма отчетности – зачёт в первом семестре.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. «Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация» как поле трансдисциплинарных исследований

Инновационные исследования (Innovation Studies), региональные исследования, исследования социальной коммуникации, экономическая антропология, социальная теория, экономическая теория и политология: пересечение дисциплинарных полей в изучении инновационного бизнеса и транскультурной коммуникации. Заимствование теоретических основ и аналитических инструментов. Терминологические контаминации.

Йозеф Шумпетер как «отец» инновационных исследований. «Теория экономического развития» (1912): экономический рост и экономическое развитие. *Изобретение, технологическое изменение и технологическая инновация*. Инновация как предпринимательство. Инновация как производство новых благ; применение новых способов производства и коммерческого использования существующих благ; освоение новых рынков сбыта; освоение новых источников сырья и изменение отраслевой структуры. «Кластер инноваций» как пакет одномоментных базисных нововведений.

Фриц Махлуп: производство и распространение знаний как экономическая деятельность (1958). Роль системы образования, научных исследований и разработок, СМИ, информационной техники и информационных услуг в развитии «сектора знаний». Дэниел Белл: информация и знания как основные структурные элементы постиндустриального общества (1973). «Принятие решений» и доминирование теоретического знания. Систематизация знания как фактор инновации. Понятия *экономики знаний, инновационной экономики и новой экономики*. Бенуа Годен: «зонтичный» характер концепта экономики знаний.

Кристофер Фримен: идея «системы исследования и разработки» («R&D [research and development] system», 1969). Профессионализация промышленных исследований. Усложнение, увеличение масштаба и специализация научно-исследовательской работы. Подъём «наукоемкой экономики».

Кристофер Фримен, «Экономическая теория промышленных инноваций» (1974): изобретение как идея, эскиз или модель нового или усовершенствованного устройства, продукта, процесса или системы. Экономический смысл инновации. Инновация как коммерциализированное технологическое изобретение. Инновация и диффузия.

Кристофер Фримен, Бенгт-Аке Лундвалл, Ричард Нельсон (сер. 80-х): концепт *национальных инновационных систем*. Национальная перспектива и политологический фрейм анализа инноваций. Технологические инновации как условие экономического развития и источник национального роста. Принципиальные различия моделей национальных инновационных систем. Потребность в государственной политике поддержки новаторов. Институциональные и социальные аспекты инновационной системы. Проблема выбора и неопределенности выбора. Значимость трансдисциплинарного подхода к изучению технологических и организационных изменений.

Питер Друкер («Инновации и предпринимательство», 1985): инновация как инструмент предпринимательской деятельности. Инновация как средство трансформации бизнеса или услуг. Нетехнологические инновации.

Майкл Портер: *кластеры* как новая пространственная организационная форма взаимосвязанных компаний и поддерживающих или координирующих институций в определённой области (1990). Основные акторы кластера. Проблема эффективного взаимодействия независимых предприятий, научно-исследовательских организаций, образовательных институций, общественных организаций и властных структур. Новаторство как новый продукт, производственный процесс, подход к маркетингу, метод подготовки кадров. Кластеры и конкуренция. «Пришельцы» как новаторы.

Тема 2. Транскультурный аспект функционирования инновационных систем

Майкл Даль, Кристиан Педерсен: неформальные связи и «открытая» природа кластеров (2004). Барт Нотебом: потенциальная выгодность «открытых» кластеров и сетей (2004). Инновации и логика «разведки». Ценность связей и обменов с акторами других кластеров.

Глобализация и регионализация. Региональные аспекты функционирования национальных инновационных систем. Региональные исследования и «новая экономическая география». Региональные инновационные кластеры (regional innovation clusters, RICs). Внутрирегиональная технологическая диффузия. Бьорн Асхейм и Мерик Гертлер (2005): удешевление товаров и глобализация аутсорсинга, пространственная кластеризация экономической деятельности, кодификация знаний, интернационализация научных организаций и проектов, деятельность транснациональных компаний как факторы, способствующие соединению региональных, национальных и наднациональных инновационных систем. Необходимость новых политических решений проблемы регионального неравенства.

Движение от пост-индустриальных техно-рынков, основанных на принципах линейности и стандартизации, к социально-экологической экономике. Значение инновации, кастомизации, персонализации, дифференциации и справедливого распределения в экономике нового типа. Инновационный бизнес как отказ от модели конвенционального «обычного» бизнеса, ориентация на создание «новых возможностей», нужды потребителя, принцип социальной ответственности, транскультурные образцы. Марко Белланди: концепт общественного блага (2009). Проблема социального ядра кластера, локальной кооперации и реципрокных связей.

Проблема исторической эволюции инновационных институтов в результате развития исторических социально-экономических моделей. Национальная и региональная специфика научной и образовательной сфер, рынка труда, динамики совокупного спроса, организации и стратегии фирм, их инновационных возможностей, режима воздействия государства на макроэкономическом уровне. Соотношение инновационных процессов и этической оценки индивидуального и коллективного благосостояния.

Тема 3. Основные подходы к типологизации исторических социально-экономических моделей

Основные исследовательские программы типологизации исторических социально-экономических моделей в современном гуманитарном и социальном знании. Сравнительно-цивилизационный подход Бенямина Нельсона, Витаутаса Каволиса, Сэмюэля Хантингтона. Фернан Бродель: формирование мировой экономики и окончание времени «чистых цивилизаций». Становление капиталистической «мир-экономики». «Мир-системная» перспектива Иммануила Валлерстайна, Дэвида Уилкинсона, Андре Франка. Концепции зависимого развития. Теории множественных (альтернативных) модернов. Юрген Хабермас: модерн как набор структур и институций. Энтони Гидденс: глобализация и радикализация модерна. Йоран Терборн: «маршруты» модернизации. Шмуэль Эйзенштадт: различия между глобализацией и вестернизацией. Питер Вагнер: сочетание экономических и политических институций модерна и культурных программ регионов.

Экономические и политические модели современных культур. Национальные и супранациональные культуры как гетерогенные гибридизированные образования. Проблема самосознания и наделения дискурсивной идентичностью в транскультурной коммуникации. Измерения культуры.

Тема 4. Специфика транскультурной коммуникационного процесса в инновационной деятельности

Основные элементы транскультурного коммуникационного процесса. Культурная заданность отправителя и получателя сообщения. Социальный характер взаимодействия отправителя и получателя. Проблема воздействия на инокультурного получателя. Кодирование сообщения. Код сообщения и культурный код. Текст, подтекст и контекст сообщения. Микро- и макроструктуры текста в транскультурном контексте. Смысл, знак и символ. Декодирование сообщения. Фрейм как когнитивная схема обработки информации. Понимание и интерпретация. Относительная самостоятельность каналов передачи сообщения в процессе транскультурной коммуникации. Вербальная и невербальная транскультурная коммуникация. Устноречевая и письменноречевая транскультурная коммуникация. Специфика говорения и аудирования, письма и чтения в транскультурной коммуникации.

Никлас Луман: «невероятность» коммуникационного «успеха» в разных системах взаимодействия. Различие «символически генерализированных посредников коммуникации» для подсистем экономики, политики и науки. Дифференциация и специализация систем норм, кодов, путей коммуникации. Проблема неопределённости посредника коммуникации для подсистемы образования и воспитания.

Эрьян Сёлвелл: идеальная модель коммуникации акторов инновационного кластера. Шесть основных «разрывов», препятствующих её реализации.

«Стирание границ» между научным, образовательным, политическим и экономическим дискурсами как решающий фактор развития инноваций. Коммуникативные компетенции «перевода» перспектив рыночных, технологических и иных возможностей.

Специфика коммуникативных барьеров в транскультурном коммуникационном процессе. Ларей М. Барна: шесть препятствий транскультурной коммуникации. Стелла Тинг-Тууми: необходимость сохранения идентичности в процессе транскультурной коммуникации. Тён Адрианус ван Дейк: социокультурный характер конвенционального знания, обеспечивающего восприятие речевых актов. Когнитивные модели транскультурных ситуаций. Анализ прагматического контекста и знание мета-фреймов в условиях транскультурных коммуникаций в инновационных кластерах.

Тема 5. Проблемы транскультурной коммуникации в экономической деятельности

Экономический императив транскультурного сотрудничества и признания взаимосвязанности инновационных кластеров. Положительные результаты транскультурного взаимодействия: увеличение прибыли, укрепление социального доверия, генерация творчества.

Основные требования к инновационному поведению фирм: координация деятельности и интеграции специальных знаний, обучение в условиях неопределенности, соответствие организационной структуры и «окружающей среды», межорганизационная деятельность.

Специфика инновационной деятельности в экономиках различного типа. Проблема развития. Распространение новых технологий и структурных инноваций в традиционных секторах. Значение инноваций в низкотехнологичных отраслях для технологически слаборазвитых стран. Возможности интерактивности, взаимодействия с клиентами на этапах проектирования, постпродажная помощь в условиях посттрадиционных экономик. Инновации в сфере услуг.

Проблема несовпадения ценностей и кодов функциональных систем экономик различного типа. Понимание центральной / периферийной роли социальных сетей в частной и общественной жизни. Взаимодействие в рабочих группах: уважение к иерархии / равенство. Желание / нежелание выносить открытые суждения о коллегах. Вариативность принципов формирования и развития команды. Лидерство и сотрудничество.

Тема 6. Транскультурная коммуникация в науке и образовании

Роль когнитивных границ, передачи знаний в инновационной деятельности. Особая позиция и двойная функция университета.

Межгрупповое взаимодействие университетов, научных школ и культурных доменов. Проблема единства научного сообщества и солидарности учёных. Транскультурное сотрудничество учёных как сложная динамическая система, обладающая возможностями развития и

«самообучения». Внедрение прозрачных и взаимно согласованных норм, процедур и целей эффективного сотрудничества.

Культурная вариантность научного знания. Теории, концептуальные модели, методы, терминология. Проблема культурных влияний и адаптация научных заимствований.

Культурные особенности систем (институтов, проектных групп, рабочих процедур). Национальные измерения организационной культуры, профессиональной культуры и командных ролей в проектных группах. Паттерны процессов инклюзии и исключения в новых социо-политических регионах.

Трансдисциплинарные и транскультурные группы учёных как ансамбль межличностного взаимодействия. Проблема самосознания и национальной идентичности, культурного фона, знания языка, открытости к новому мышлению, гибкости и позитивного восприятия поведенческих различий.

Наука и образование. Мотивированные интеллектуалы как ресурс. Тип образования и специфика мотивации. Быстрая интернационализация образовательных систем: распространение международных журналов, рост числа международных и глобальных конференций, расширение применения международных показателей оценки деятельности университетов. Глобализация «рынка высшего образования». Потенциал эффективности транскультурных проектов в области образования. Расширение теоретической, методологической и методической базы обучения. Необходимость учёта вариативности стилей преподавания и исследования. Формирование «чувствительности к разнообразию» у преподавателей и студентов. Проблема уровня консенсуса в отношении основных транскультурных компетенций.

Тема 7. Транскультурный аспект государственного стимулирования инновационной деятельности

Краткосрочные и долгосрочные выгоды в инновационной деятельности. Инновации как определяющий фактор развития, трансформации и конкурентоспособности социально-экономических систем. Конкуренция и сотрудничество национальных государств. Национальные государства и региональная интеграция. Проблема уровня развития новых технологий. Неоднородность использования результатов инновационной деятельности.

Необходимость государственного стимулирования инновационной деятельности. Поддержка баланса малых, средних и крупных предприятий в кластере. Проблема специализации секторов регионального инновационного кластера и транскультурная коммуникация. Требование систематического сравнительного анализа секторов, учёта исторических национальных и региональных экономических моделей, мониторинга аналитических результатов инновационной деятельности. Обеспечение публичного пространства транскультурной коммуникации акторов кластера.

Инновационная деятельность как фактор достижения высоких темпов экономического роста и материального благополучия. Проблема «общественного доверия». Этические аспекты индивидуального и коллективного благосостояния. Роль местных властей и неформальных институций в инновационной деятельности. Сети транслокальных и экстра-локальных отношений.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ДЛЯ ОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название темы	Количество аудиторных часов		Количество часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия		
1	«Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация» как поле трансдисциплинарных исследований	2	2	2	опрос
2	Транскультурный аспект функционирования инновационных систем	2	2	2	тест
3	Основные подходы к типологизации исторических социально-экономических моделей	2	2	2	работа в группах
4	Специфика транскультурного коммуникационного процесса в инновационной деятельности	2	2	2	индивидуальные выступления
5	Проблемы транскультурной коммуникации в экономической деятельности	2	2	2	групповые выступления
6	Транскультурная коммуникация в науке и образовании	2	2	2	презентации
7	Транскультурный аспект государственного стимулирования инновационной деятельности	2	2	2	эссе
Всего		14	14	14	

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название темы	Количество аудиторных часов		Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	
1	«Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация» как поле трансдисциплинарных исследований	1		
2	Транскультурный аспект функционирования инновационных систем	1	2	опрос
3	Основные подходы к типологизации исторических социально-экономических моделей	2		
4	Специфика транскультурного коммуникационного процесса в инновационной деятельности	2		
5	Проблемы транскультурной коммуникации в экономической деятельности	1		
6	Транскультурная коммуникация в науке и образовании	1	2	тест
7	Транскультурный аспект государственного стимулирования инновационной деятельности	2		
Всего		10	4	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

ОСНОВНАЯ

1. *Белл, Д.* Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – М.: Academia, 2004. – 788 с.
2. *Друкер, П.* Бизнес и инновации / П. Друкер. – М.: Вильямс, 2007. – 432 с.
3. *Инновации: Учебное пособие / А. В. Барышева, К. В. Балдин, И. И. Передеряев.* – Москва, 2010. – 379 с.
4. *Инновационный менеджмент: Учебное пособие / К. В. Балдин и др.* – Москва, 2008 - 362 с.
5. *Инновационный тип развития экономики: Учебник / В. В. Архангельский, Ю. В. Грызенова.* – Москва, 2008. – 711 с.
6. *Кожухар, В. М.* Инновационный менеджмент: Учебное пособие / В. М. Кожухар. – Москва, 2011. – 290 с.
7. *Кучко, Е. Е.* Социология инноваций / Е. Е. Кучко. – Минск: Право и экономика, 2009. – 340 с.
8. *Лапин, Н. И.* Теория и практика инноватики: Учебное пособие / Н. И. Лапин. – Москва, 2010. – 326 с.
9. *Луман, Н.* Невероятность коммуникации / Н. Луман // Проблемы теоретической социологии. – Вып 3. – СПб.: СПбГУ, 2000. – С. 9–37.
10. *Луман, Н.* Что такое коммуникация? / Н. Луман // Социологический журнал. – № 3. – 1995. – С. 114–125.
11. *Махлуп, Ф.* Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М.: Прогресс, 1966. – 464 с.
12. *Микроэкономика: инновационные аспекты: Учебно-методический комплекс для подготовки магистров / В. Н. Архангельский, В. С. Буланов и др.* – М.: РАГС, 2008. – 437 с.
13. *Мухамедьяров, А. М.* Инновационный менеджмент: Учебное пособие / А. М. Мухамедьяров. – М.: Инфра-М, 2010. – 175 с.
14. *Мясоедов, С. П.* Основы кросскультурного менеджмента: Как вести бизнес с представителями других стран и культур: Учебное пособие / С. П. Мясоедов. – М.: Дело, 2003. – 256 с.
15. *Нэпп, М., Холл, Д.* Невербальное общение: Учебник / М. Нэпп, Д. Холл. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2004. – 256 с.
16. *Персикова, Т. Н.* Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учебное пособие для вузов по специальности «Лингвистика и межкультурная коммуникация» / Т. Н. Персикова. – М.: Логос, 2006. – 224 с.
17. *Пивонова, Н. Е.* Кросскультурные коммуникации: Учебное пособие / Н. Е. Пивонова. – М.: ИВЭСЭП, 2008. – 68 с.
18. *Портер, М.* Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / М. Портер. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
19. *Симонова, Л. М., Стровский, Л. М.* Кросс-культурные взаимодействия в международном предпринимательстве: Учебное пособие / Л. М. Симонова, Л. Е. Стровский. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 189 с.

20. Теория инновационной экономики: Учебник / О. С. Белокрылова, В. В. Алёхина, А. В. Ипатова и др. – Ростов-на-Дону, 2009. – 376 с.
21. Толерантность и культура межнационального общения: Учебно-методическое пособие / Под ред. Е. А. Журавлевой, В. В. Шалина. – Краснодар: Просвещение-Юг, 2009. – 307 с.
22. *Шумпетер, Й.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. Шумпетер. – М.: Эксмо, 2007. – 864 с.
23. *Godin, B.* Innovation: A Conceptual History of an Anonymous Concept / B. Godin // Project on the Intellectual History of Innovation. – Paper No 21. – 2015. – 36 p.
24. Internet of Things – From Research and Innovation to Market Deployment / Ed. by O. Vermesan, P. Friess. – Aalborg: River Publishers, 2014. – 374 p.
25. *Lloyd, G. E. R.* Disciplines in the Making Cross-Cultural Perspectives on Elites, Learning, and Innovation / G. E. R. Lloyd. – Oxford, New York: Oxford University Press, 2009. – 224 p.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

1. *Бродель, Ф.* Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. / Ф. Бродель. – Т. 1. Структуры повседневности: возможное и невозможное. – М.: Весь мир, 2006. – 551 с. – Т. 2. Игры обмена. – М.: Весь мир, 2007. – 672 с. – Т. 3. Время мира. – М.: Весь мир, 2007. – 752 с.
2. *Бутовская, М. Л.* Язык тела: природа и культура (эволюционные и транскультурные основы невербальной коммуникации человека) / М. Л. Бутовская. – М.: Научный мир, 2004. – 440 с.
3. *Гестеланд, Р. Р.* Кросс-культурное поведение в бизнесе. Маркетинговые исследования, ведение переговоров, менеджмент в различных культурах / Р. Р. Гестеланд. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. – 189 с.
4. *Гирц, К.* Интерпретация культуры / К. Гирц. – М.: РОССПЭН, 2004. – 560 с.
5. *Грайс, Г. П.* Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1985. – 500 с. – С. 217–234.
6. *Дейк, Т. А., ван.* Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
7. *Инглхарт, Р., Вельцель, К.* Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития / Р. Инглхарт, К. Вельцель. – М.: Новое издательство, 2011. – 464 с.
8. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Б. З. Мильнер и др. – Москва, 2010. – 624 с.
9. *Крейдлин, Г. Е.* Невербальная семиотика. Язык тела и естественный язык / Г. Е. Крейдлин. – М.: Новое литературное обозрение, 2004. – 581 с.
10. *Куликова, Л. В.* Коммуникативный стиль в межкультурной парадигме / Л. В. Куликова. – Красноярск: РИО КГПУ, 2006. – 392 с.
11. *Логвинов, А. М.* Менеджмент и организационная культура российских промышленных предприятий в 1960–2005 гг.: Кросскультурный анализ / А. М. Логвинов. – Красноярск: Поликом, 2006. – 599 с.
12. *Луман, Н.* Медиа коммуникации / Н. Луман. – М.: Логос, 2005. – 280 с.

13. *Льюис, Р. Д.* Деловые культуры в международном бизнесе: От столкновения к взаимопониманию / Р. Д. Льюис. – М.: Дело, 2001. – 446 с.
14. *Малюга, Е. Н.* Функциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации / Е. Н. Малюга. – М.: Либроком, 2008. – 320 с.
15. *Мацумото, Д.* Психология и культура: Современные исследования / Д. Мацумото. – СПб.: Питер, 2003. – 720 с.
16. *Мёрдок, Дж. П.* Социальная структура / Дж. П. Мёрдок. – М.: ОГИ, 2003. – 606 с.
17. Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире / Под ред. П. Л. Бергера, С. П. Хантингтона. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 382 с.
18. *Рапай, К.* Культурный код: Как мы живем, что покупаем и почему / К. Рапай. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008 – 167 с.
19. *Саид, Э. В.* Ориентализм: Западные концепции Востока / Э. В. Саид. – СПб.: Русский Мир, 2006. – 637 с.
20. *Стернин, И. А.* Русское и финское коммуникативное поведение / И. А. Стернин. – Воронеж: ВГТУ, 2000. – 179 с.
21. *Стиглиц, Дж.* Крутое пике. Америка и новый экономический порядок после глобального кризиса / Дж. Стиглиц. – М.: Эксмо, 2011. – 784 с.
22. *Тангалычева, Р. К.* Теории и кейсы межкультурной коммуникации в условиях глобализации / Р. К. Тангалычева. – СПб.: Алетейя, 2012. – 247 с.
23. *Терборн, Й.* Мир: руководство для начинающих / Й. Терборн. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2015. – 336 с.
24. *Триандис, Г. К.* Культура и социальное поведение / Г. К. Триандис. – М.: Форум, 2010. – 384 с.
25. *Тромпенаарс, Ф.* Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса / Ф. Тромпенаарс, Ч. Хэмпден-Тернер. – Минск: Попурри, 2004. – 528 с.
26. *Франк, С.* Предпринимательство без границ: деловое общение, переговоры, презентации / С. Франк. – М.: Олимп-Бизнес, 2008. – 270 с.
27. *Хабермас, Ю.* Вовлечение Другого: Очерки политической теории / Ю. Хабермас. – СПб.: Наука, 2001. – 417 с.
28. *Хабермас, Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб.: Наука, 2000. – 380 с.
29. *Хабермас, Ю.* Философский дискурс о модерне / Ю. Хабермас. – М.: Весь Мир, 2003. – 416 с.
30. *Холден, Н. Дж.* Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента: Учебное пособие / Н. Дж. Холден. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 385 с.
31. *Холл, Э.* Как понять иностранца без слов / Э. Холл // Джулиус, Ф. Язык тела. Язык тела. Холл, Э. Как понять иностранца без слов / Ф. Джулиус, Э. Холл. – М.: Вече, Персей, АСТ, 1995. – 432 с.
32. *Хофстеде, Г.* Культура как ментальное программирование / Г. Хофстеде // Контексты современности – 1: Актуальные проблемы общества и

- культуры в западной социальной теории: Хрестоматия. – Казань: КГУ, 2000. – 176 с. – С. 117–119.
33. *Черняк, Н. В.* Межкультурная компетенция: история исследования, определение, модели и методы контроля / Н. В. Черняк. – М.: Флинта, 2016. – 265 с.
 34. *Экман, П.* Узнай лжеца по выражению лица / П. Экман, У. Фризен. – СПб.: Питер, 2010. – 272 с.
 35. *Findlay, M. Sh.* Language and Communication: A Cross-Cultural Encyclopedia / M. Sh. Findlay. – Santa Barbara: ABC-CLIO, 1998. – 229 p.
 36. *Fiske, J.* Introduction to Communication Studies / J. Fiske. – London & New York: Routledge, 1990. – 220 p.
 37. *Habermas, J.* The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society / J. Habermas. – Cambridge: The MIT Press, 1991. – 301 p.
 38. *Hofstede, G., Hofstede, G. J., Minkov, M.* Cultures and Organizations: Software Of The Mind. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival / G. Hofstede, G. J. Hofstede, M. Minkov. – New York: McGraw-Hill, 2010. – 576 p.
 39. Intercultural Communication: A Reader / Ed. by L. A. Samovar, R. E. Porter. – Wadsworth Publishing Company, 1982. – 386 p.
 40. Law And Politics: A Cross-Cultural Encyclopedia / Ed. by D. P. Strouthes. – Santa Barbara, Oxford: ABC-CLIO, 1995. – 304 p.
 41. *Lewis, R. D.* When Cultures Collide: Leading Across Cultures / R. D. Lewis. – Boston, London: Nicholas Brealey Publishing, 2006. – 625 p.
 42. Littlejohn, St. W., Foss, K. A. Theories of Human Communication / St. W. Littlejohn, K. A. Foss. – Belmont: Tomson Wadsworth, 2008. – 207 p.
 43. *Martin, J. N., Nakayama, T. K.* Intercultural Communication In Contexts / J. N. Martin, Th. K. Nakayama. – New York: McGraw-Hill, 2010. – 560 p.
 44. *Moore, F.* Transnational Business Cultures: Life and Work in a Multinational Corporation / F. Moore. – Ashgate, 2005. – 225 p.
 45. Political Communication in a New Era: A Cross-national Perspective / Ed. by Ph. J. Maarek, G. Wolfsfeld. – London & New York: Routledge, 2003. – 209 p.
 46. *Schwartz, S. H.* An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values / S. H. Schwartz // Online Readings in Psychology and Culture [Electronic Resource]. – 2012. – No 2(1). – Mode of access: <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1116>. – Date of access: 21.06.2016.
 47. Social Theory and Regional Studies in the Global Age / Ed. by S. A. Arjomand. – SUNY Press, 2014. – 498 p.
 48. The Blackwell Handbook of Cross-Cultural Management / Ed. by M. J. Gannon, K. L. Newman. – The Blackwell, 2002. – 492 p.
 49. *Wagner, P.* Modernity: Understanding the Present / P. Wagner. – Cambridge: Polity, 2012. – 160 p.
 50. Women and Credit: Researching the Past, Refiguring the Future. Cross-Cultural Perspectives on Women / Ed. by Sh. Ardener, J. Waldren. – Oxford, New York: Oxford University Press, 2001. – 343 p.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа магистрантов в ходе изучения учебной дисциплины «Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация» организуется в соответствии с *Положением о самостоятельной работе*, разрабатываемым учреждением высшего образования. Самостоятельная работа магистрантов планируется в рамках учебных часов, отведённых на изучение дисциплины «Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация».

Цель самостоятельной работы – содействие усвоению в полном объёме содержания учебной дисциплины и формирование самостоятельности магистрантов как личностной черты и профессионального качества, сущность которых состоит в умении систематизировать, планировать и контролировать собственную деятельность.

Задачи самостоятельной работы магистрантов – усвоение определенных образовательным стандартом знаний, умений и навыков по учебной дисциплине, закрепление полученных знаний, их применение при выполнении практических заданий и творческих работ, а также выявление пробелов в системе знаний по дисциплине.

Самостоятельная работа предусматривает ознакомление с основной и дополнительной научной и учебной литературой по проблематике изучаемой дисциплины.

В числе наиболее перспективных и эффективных современных инновационных образовательных технологий, используемых в преподавании дисциплины, следует выделить:

- технологию проблемно-модульного обучения;
- технологию учебно-исследовательской деятельности;
- технологию проектной деятельности;
- информационные технологии;
- методы CASE-study, деловых, ролевых, имитационных игр.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Тема 1. «Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация» как поле трансдисциплинарных исследований

1. Выявите основные аспекты актуализации исследования транскультурных коммуникаций в инновационном бизнесе для экономического и политического пространства Республики Беларусь.
2. Эксплицируйте основные этапы формирования трансдисциплинарного проблемного поля «Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация».

3. Дайте определение концепта «национальная инновационная система». Выявите принципиальные различия моделей национальных инновационных систем.
4. Покажите необходимость инновационной деятельности для развития белорусской экономики, используя понятийный язык теории кластеров.

Тема 2. Транскультурный аспект функционирования инновационных систем

1. Дайте определение концепта «региональная инновационная система».
2. Проведите сравнительный анализ концептов «национальная инновационная система» и «региональная инновационная система».
3. Выявите гуманистический потенциал концепта «общественное благо» в рамках теории социально-экологической экономики.
4. Проведите сравнительный анализ моделей конвенционального «обычного» и инновационного бизнеса.

Тема 3. Основные подходы

к типологизации исторических социально-экономических моделей

1. Проведите сравнительный анализ основных подходов к типологизации исторических социально-экономических моделей в современном гуманитарном и социальном знании.
2. Продемонстрируйте на конкретном примере различие аналитических подходов сравнительно-цивилизационного описания, «мир-системной» перспективы и теории множественных (альтернативных) модернов в построении экономических и политических моделей современных культур.
3. Сравните две социально-экономические модели современных культур (на выбор).

Тема 4. Специфика транскультурного коммуникационного процесса в инновационной деятельности

1. Подберите кейсы, демонстрирующие культурную заданность отправителя (адресанта) и получателя (адресата) сообщения.
2. Выявите на конкретном примере социальный характер взаимодействия отправителя и получателя транскультурного сообщения.
3. Проанализируйте соотношение текста, подтекста и контекста сообщения в транскультурном коммуникативном акте в области экономического / политического взаимодействия.
4. Раскройте понятие фрейма как когнитивной схемы обработки информации с использованием конкретного примера транскультурного коммуникативного акта в области экономического / политического взаимодействия.
5. Продемонстрируйте на примере необходимость сохранения идентичности в процессе транскультурной коммуникации.
6. Проанализируйте конкретную ситуацию транскультурного коммуникативного акта в области экономического / политического / академического взаимодействия (оцените тип, определите позиции, свойства, функции, отношения коммуникантов; эксплицируйте конвенциональные установления)

Тема 5. Проблемы транскультурной коммуникации в экономической деятельности

1. Обоснуйте необходимость транскультурного сотрудничества и связи инновационных кластеров в современной ситуации.
2. Выявите символически генерализированного посредника коммуникации для подсистемы экономики (по Никласу Луману). Проанализируйте специфику ценностей и кодов функциональной системы экономики.
3. Проясните объективный характер проблемы несовпадения ценностей и кодов функциональных систем экономик различного типа.

Тема 6. Транскультурная коммуникация в науке и образовании

1. Опишите транскультурное сотрудничество учёных как сложную динамическую систему.
2. Продемонстрируйте на конкретном примере культурную вариантность научного знания.
3. Сравните две национальных модели научной культуры, их институты, проектные группы, рабочие процедуры (на выбор).
4. Выявите связь типа образовательной системы и специфику мотивации интеллектуального ресурса.
5. Продемонстрируйте потенциал эффективности транскультурных проектов в области образования.

Тема 7. Транскультурный аспект государственного стимулирования инновационной деятельности

1. Выявите неоднородность использования результатов инновационной деятельности в экономической политике национальных государств и глобальных регионов.
2. Докажите необходимость государственного стимулирования и поддержки инновационной деятельности.
3. Охарактеризуйте этические аспекты индивидуального и коллективного благосостояния, роль местных властей и неформальных институций в инновационной деятельности.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для диагностики профессиональных компетенций магистрантов в рамках промежуточного контроля в ходе изучения учебной дисциплины «Инновационный бизнес и транскультурная коммуникация» рекомендуется использовать:

- тесты по отдельным темам учебной дисциплины;
- участие в групповой работе на семинарских занятиях;
- подготовку индивидуальных и групповых презентаций выступлений на семинарских занятиях по разработанным темам;
- эссе.

Рекомендуемая форма итогового контроля по дисциплине – *зачёт*, который может быть проведен как в устной, так и в письменной форме. К зачёту допускаются магистранты, выполнившие и представившие задания, предусмотренные на семинарских занятиях, и при этом имеющие положительные отметки за письменные работы (тесты, эссе). Для оценки учебных достижений магистрантов используются критерии, утверждённые Министерством образования Республики Беларусь (письмо Министерства образования Республики Беларусь № 21-04-1/105 от 22.12.2003 г.).

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)*
Управление рисковыми и кризисными коммуникациям	Социальной коммуникации	нет	Протокол № 13 от 23.05.2016 г.
Этика интернет-коммуникаций	Социальной коммуникации	нет	Протокол № 13 от 23.05.2016 г.
Переговорный процесс в информационном обществе	Социальной коммуникации	нет	Протокол № 13 от 23.05.2016 г.
Групповая и межличностная коммуникация в организациях	Социальной коммуникации	нет	Протокол № 13 от 23.05.2016 г.
Развитие бизнеса	Социальной коммуникации	нет	Протокол № 13 от 23.05.2016 г.

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО на 2017 / 2018 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальной коммуникации (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой
д. филос. н., профессор _____ Я. С. Яскевич
(подпись)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета философии и социальных наук
к. ист. н., доцент _____ В. Ф. Гигин
(подпись)