

подобного кластера – знаменитая Кремниевая Долина в США. В России примером такого кластера можно назвать Инновационный Центр Сколково, а в перспективе – Научно-технологическую долину МГУ «Воробьевы Горы».

- Результаты прикладной научной деятельности находят немедленное применение в окружающем университет кластере. Технических вариантов такого взаимодействия много: создание технологических компаний студентами и преподавателями на основании своей научной деятельности, продажа результатов интеллектуальной собственности крупным компаниям, и т. д.

На первый взгляд, такого рода инновационные кластеры, центральным ядром которых является университет, и есть магистральная дорога в светлое будущее устойчивого экономического роста и процветания. Однако на практике успешных примеров «университетов 3.0» считанные единицы. В основном это университеты США, в первую очередь всем известные МПТ, Стэнфорд, Гарвард и, в меньшем масштабе, еще несколько десятков университетов.

Список литературы

1. *Карпов, А. О.* Современный университет как драйвер экономического роста: модели и миссии / А. О. Карпов // Вопросы экономики. – 2017. – № 3. – С. 58–76.
2. *Рождественский, И. В.* Развитие инновационных экосистем вузов и научных центров: аналитический отчет / И. В. Рождественский [и др.] // Технопарк Санкт-Петербурга. – СПб.: Технопарк Санкт-Петербурга, 2015. – 30 с.
3. *Николаева, Л. А.* Инновационный потенциал вузовского сектора науки: теория, методология, практика: монография / Л. А. Николаева. – Владивосток: ВГУЭС, 2012. – 247 с.

<http://edoc.bseu.by>

Койниси Н. А.,

студент 4 курса, специальность

«Информационные системы и технологии»,

Минский инновационный университет, г. Минск

ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННЫХ ОБУЧАЮЩИХСЯ ЧЕРЕЗ МОДЕЛЬ СЕТЕВЫХ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВ «УЧАЩИЕСЯ – СТУДЕНТЫ»

Внедрение в учебный процесс университетов образовательных технологий, активизирующих инновационность мышления, позволяет повысить уровень специальных знаний студентов в области инновационной деятельности, коммуникабельность и навыки самопрезентации, углубить специализацию, выявить талантливых студентов, потенциальных аспирантов и лиц, склонных к научному творчеству, повысить имидж вуза и эффек-

тивность трудоустройства. Сочетая различные методики, основанные на отечественном и зарубежном опыте, преподаватели создают уникальную образовательную среду, направленную на развитие предпринимательских компетенций студента, что будет обеспечивать его конкурентность в условиях рыночной экономики.

В настоящее время активно реализуется модель сетевых бизнес-сообществ «Учащиеся – студенты», где студенты оказывают консультационную помощь в процессе формирования предпринимательской культуры школьников. Это связано также с запросами времени, когда создаются сетевые сообщества в реализации бизнес-технологий.

Основная идея этой модели состоит в том, чтобы используя сетевую организацию для быстрого обмена информацией и знаниями, содействовать развитию гибкости и креативности, обучению навыкам совместной деятельности при сохранении индивидуальности в процессе формирования у учащихся знания об основах предпринимательской культуры на практике создания, функционирования сетевых бизнес-сообществ «учащиеся-студенты». Виртуальные бизнес-сообщества обеспечивают важной информацией учащихся, которые хотят и нуждаются в рекомендациях, указаниях, советах, идеях и инновациях в сфере предпринимательской культуры [3, с. 115].

Процесс обмена знаниями (информацией) неразрывно связан с понятием коммуникации и меняется на протяжении истории человечества вместе с изменением особенностей коммуникации. Технократические теории, интеракционизм и теория межкультурного содержания коммуникации объясняют феномен возникновения социальных сетей, которые являются уникальной платформой для обмена знаниями и предоставлением сформированных знаний о себе самом, включая описание внешности, интеллектуальных и личностных качеств. Пользователь сети Интернет создает собственную реальность, которая существует здесь и сейчас в виртуальной среде. Регистрируясь в социальных сетях, индивид выходит за рамки физической реальности, получая возможность быть в разных местах в одно и то же время через разные образы себя самого. В социальных сетях появляются объединения профессионалов, которые таким образом поддерживают связь между собой и возможность обмениваться знаниями.

Если в зарубежной науке уделяется значительное внимание исследованиям обмена знаниями в онлайн-среде, то в странах СНГ данные исследования носят точечный коммерческий характер (например, исследований МООК Высшей школой экономики). При этом, в России, например, сектор онлайн-образования развивается быстрыми темпами, и исследователи прогнозируют рост данной сферы обмена знаниями. В Республике Беларусь рынок онлайн-образования пока не изучается в силу отсутствия крупных образовательных онлайн-платформ (кроме проекта «Летучий университет», который, по сути, только отчасти можно назвать онлайн-платформой).

При этом в нашей стране развивается сектор дополнительного профессионального образования при университетах (БГУиР предлагает пройти обучение на курсах специалистов по Bigdata) и крупных IT-компаниях (курсы бизнес-аналитиков в EPAMSystem, курсы в IT-академии ПВТ). В социальных сетях появляются группы, объединяющие людей, которые интересуются какой-либо профессиональной областью. Целью данных групп является создание благоприятной атмосферы для развития индивидов в определенной профессиональной области, повышение уровня их знаний и предоставление доступа к различной профессиональной литературе, а также обмен мнениями. Следовательно, на сегодняшний момент важно исследовать особенности развития и перспективы развития процесса обмена знаниями в профессиональных онлайн-группах с целью выявления преимуществ получения знаний через Интернет.

Исследуемые сообщества обладают рядом характеристик, выделенных при теоретическом анализе информации по специфике обмена знаниями в сети Интернет:

1) члены онлайн-сообщества имеют базу данных, к которой обращаются при необходимости найти либо уточнить какую-либо профессиональную информацию, причем использование данной информации легитимизировано;

2) в онлайн-сообществе наблюдается тенденция к наставничеству: при необходимости участники всегда могут обратиться к коллегам из сообщества за помощью по разрешению профессиональных вопросов;

3) при обращении к коллегам участники онлайн-сообщества мгновенно получают ответ, что обусловлено отсутствием временных и пространственных границ;

4) такая важная характеристика виртуального профессионального сообщества, выделяемая в литературе, как коллективная идентичность, в онлайн-сообществе имеет средний уровень выраженности.

Таким образом, онлайн среда формирует новые условия для существования и функционирования таких сообществ, через которые происходит более эффективный обмен знаниями, а значит и новые благоприятные условия для самого обмена знаниями.

Список литературы

1. *Горошко, Е. И.* Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении / Е. И. Горошко. – Харьков: Изд-во «Университетское», 2009. – С. 79.

2. *Мохначева, А. П.* Социальные сети как феномен современности / А. П. Мохначева // Молодежь в меняющемся мире: актуальные проблемы и перспективы изучения: материалы II всерос. науч.-практ. конф. 24 мар. 2011 г. / под ред. Е. А. Дементьевой, В. С. Полторака. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2011. – С. 95–100.

3. *Формирование предпринимательских компетенций и навыков деловой активности обучающихся как основы профессионального выбора / сост. Г. Ф. Бедулина, Л. А. Кивлюк. – Минск: РИВШ, 2017. – 258 с.*

4. Гуткевич, А. Е. Внедрение элементов предпринимательской культуры в образовательную среду (маркетинговые исследования) / А. Е. Гуткевич // Известия Томского политехнического университета. – 2006. – Т. 309. – № 8. – С. 212–216.

5. Савинова С. Ю. Компоненты предпринимательской культуры студентов-менеджеров / С. Ю. Савинова, Н. Г. Шубякова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2010. – Т. 3. – № 2. – С. 114–118.

<http://edoc.bseu.by>

Куляшевский В. С.,

студент 3 курса специальности «Социология»

специализации «Экономическая социология»,

Институт социально-гуманитарного образования УО «Белорусский
государственный экономический университет»,

член СНИЛ «Экономика, социум и личность», г. Минск

УНИВЕРСИТЕТ 3.0:

КОНЦЕПЦИЯ, ДОСТИЖЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Модель «Университет 3.0» рассматривается Минобразования как одно из приоритетных направлений развития отечественной высшей школы.

Понятие «Университет 3.0» как обозначение университетов в качестве корпоративных субъектов экономики стало активно распространяться на постсоветском пространстве с начала 2000-х гг. В Беларуси на официальном уровне об особой миссии учреждений высшего образования по коммерциализации знаний было заявлено в декабре 2017 г. на II Съезде ученых.

Нормативную основу для претворения в жизнь этой модели заложил приказ Министра образования от 01.12.2017 № 757 «О совершенствовании деятельности учреждений высшего образования на основе модели «Университет 3.0».

Экспериментальный проект по внедрению модели реализуется на базе 7 вузов (БГУ, БНТУ, БГУИР, БГТУ, БГЭУ, Гродненский государственный университет имени Янки Купалы, Белорусско-Российский университет). С 1 сентября 2019 г. к проекту присоединился Полоцкий государственный университет. Предполагается реализовать проект в 2018–2023 гг.

Его цель сформулирована следующим образом: «Проект направлен на комплексное развитие научно-исследовательской, инновационной и предпринимательской инфраструктуры учреждений высшего образования в целях создания инновационной продукции и коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности».

По существу, речь идет о создании на базе вузов интеграции образования, науки, инноваций, коммерциализации и внедрения в производство.

Концепция «Университет 3.0» (в том числе и как концепция «предпринимательского университета» – EntrepreneurialUniversity) популярна за ру-