

Обучение предпринимательству с использованием инструментов позитивной психологии и социального проектирования

Ф. А. Казин, Стивен Хаген, А. Г. Причисленко, А. Н. Зленко

Статья поступила
в редакцию
в апреле 2017 г.

Казин Филипп Александрович
кандидат исторических наук, декан факультета технологического менеджмента и инноваций Университета ИТМО. Адрес: Санкт-Петербург, 191187, ул. Чайковского, 11/2. E-mail: kazin@corp.ifmo.ru

Хаген Стивен
почетный профессор Университета Южного Уэльса. Адрес: University of South Wales, Pontypridd, Wales, CF37 1DL. E-mail: stephenhagenprof@gmail.com

Причисленко Анастасия Геннадьевна
директор центра личностного развития факультета технологического менеджмента и инноваций Университета ИТМО. Адрес: Санкт-Петербург, 191187, ул. Чайковского, 11/2. E-mail: aprichislenko@corp.ifmo.ru

Зленко Андрей Николаевич
начальник управления по развитию студенческих инициатив, директор центра социального проектирования и предпринимательства Университета ИТМО. Адрес: Санкт-Петербург, 191187, ул. Чайковского, 11/2. E-mail: zlenko@corp.ifmo.ru

Аннотация. На примере Университета ИТМО (Санкт-Петербург) рассматривается влияние социально ориентированного проектирования на образовательный процесс в сфе-

ре предпринимательства. Анализ результатов внедрения в учебный план университета специальных дисциплин и проектов, таких как курс «Жизненная навигация» и студенческий конкурс социального проектирования «Ты нужен людям!», показывает, что сознательный акцент на социальном и этическом аспекте предпринимательства является серьезным мотивационным фактором, с одной стороны, стимулирующим, а с другой — эксплуатирующим желание студентов приносить пользу обществу. Успешное участие студентов в общественных проектах дает синергетический эффект: достижение практических целей студенческого проекта способствует развитию самосознания студентов, их личностному становлению, помогает им уточнить свои жизненные цели и ценности, что, в свою очередь, способствует выработке эффективной карьерной стратегии.

Ключевые слова: высшее образование, предпринимательское образование, социально ориентированное предпринимательство, управление проектами, Университет ИТМО, учебный план, мотивация, жизненные планы студентов.

DOI: 10.17323/1814-9545-2017-3-110-131

Kazin P., Hagen S., Prichislenko A., Zlenko A. Developing the Entrepreneurial University through Positive Psychology and Social Enterprise (пер. с англ. Л. Трониной).

В Университете ИТМО в 2015–2016 гг. был проведен образовательный эксперимент, суть которого состояла в погружении общественно-полезной деятельности в интересах местного сообщества в процесс обучения предпринимательству. По окончании эксперимента оценивалось влияние организованного таким образом обучения на ход личностного развития студентов и характер изменений в их поведении. Описания конкретных случаев такого рода социально ориентированного обучения предпринимательству — построенного «снизу вверх» и сконцентрированного на опыте студентов — нечасто можно встретить в научной литературе. Можно упомянуть, например, 11 кейсов обучения предпринимательству, описанных практиками, осуществляющими обучение, и представленных в [Coyle, Gibb, Haskins, 2013]. В литературе прошлых лет внимание уделялось прежде всего практике корпоративного предпринимательства в университетах [Burns, 2005], так называемой модели тройной спирали, процессам трансфера технологий («Результаты научных исследований — обществу»), определению места предпринимательского образования в инициативах, построенных «сверху вниз» и связанных с «третьей миссией университетов», и его взаимосвязи с обменом знаниями [Hagen, 2008]. Описаний социально ориентированного предпринимательского образования в России, которые содержали бы анализ его результатов и примеры предпринимательской и одновременно социально значимой деятельности студентов, сосредоточенной на нуждах местного сообщества, крайне мало.

В научной литературе представлен и активно обсуждается широкий спектр вопросов, посвященных обучению основам предпринимательства в вузах [Nelles, Vorley, 2010; Hagen, 2008]. В некоторых странах, например в Великобритании, предпринимательское образование как основа трансформации высшей школы стало одним из направлений государственной политики [Godin, Gingras, 2000]. На это выделяются особые субсидии; в частности, в Великобритании создан Фонд инноваций в высшем образовании (*Higher Education Innovation Funding, HEIF*¹), цель которого — запустить процессы коммерциализации в высшем образовании, и прежде всего обеспечить более эффективный трансфер университетских разработок в национальную экономику.

Однако в Российской Федерации ситуация иная. В последнее время инвестиции из федерального бюджета в российское высшее образование направлены в первую очередь на увеличение отдачи от научных исследований и улучшение позиций рос-

1. Предпринимательское образование в научной литературе

¹ <http://www.hefce.ac.uk/kess/heif/>

сийских вузов в международных рейтингах университетов. Этой цели служат, например, Программа развития национальных исследовательских университетов и Программа повышения конкурентоспособности российских университетов среди ведущих научно-образовательных центров мира «5–100».

В основе организации предпринимательского образования в высшей школе, как правило, лежит активность, инициируемая «сверху» в соответствии с представлением об «архитектуре предпринимательства», состоящей из пяти элементов: структура, система, стратегия, лидерство и культура [Burns, 2005; Nelles, Vorley, 2010]. Эти ограничения снижают ценность предпринимательского образования, тем не менее оно активно развивается именно в таком формате [Riviezzo, Napolitano, 2010].

М. Шатток утверждает, что внедрение предпринимательского образования в университетах влияет не только на состояние экономики, но и на развитие социума и местных сообществ [Shattock, 2008]. А. Гибб особо подчеркивает, что необходимость активно внедрять эмпирическое обучение в вузах в начале XXI в. становится все более острой, и прежде всего она связана с потребностью общества в развитии сектора малых и средних предприятий, включая социальные инициативы и предпринимательство на уровне местных сообществ [Gibb, 2013].

Исследование, проведенное Университетом ИТМО, однозначно показало, что новые проекты в сфере социального предпринимательства, направленные на достижение общественно значимых целей, вызывают у студентов интерес и дают дополнительные преимущества: в ходе их реализации университет налаживает связи с широким кругом социальных партнеров, в том числе в рамках местного сообщества, включая благотворительные организации и другие учреждения, работающие в интересах общества.

О нарастающей социальной ориентации университетов, все более очевидной и предполагающей их серьезное взаимодействие с некоммерческими организациями, говорит и К. Бейкер [Baker, 2013]. Он, в частности, утверждает, что в Университете Брайтона (Великобритания), в котором он работает в настоящее время, необходимость коммерциализировать разработки ради увеличения дохода университета не является (и вряд ли станет) фактором, определяющим стратегию деятельности университета в будущем. Развивая этот тезис, Бейкер подчеркивает, что общественно полезная работа тесно переплетается с инновационной деятельностью университетов и становится фундаментом для нее [Ibid. P. 30].

В Университете Брайтона направления обмена знаниями определяются прежде всего нуждами местного сообщества, а не вуза, и это не единственное свидетельство возникновения новых форм предпринимательского образования, менее утили-

тарных, чем прежде. Они зародились в недрах государственных и региональных университетов, ориентированных преимущественно на обучение, а не на научные исследования: фокус на преподавании в таких университетах обеспечивает более широкие возможности для эмпирического обучения студентов и внеаудиторной практики наряду с развитием предпринимательских и деловых навыков [Gibb, 2013].

Исследование, проведенное в Университете ИТМО, показало, что и в России наметилось движение к социально ориентированному предпринимательскому образованию, для которого характерны особый акцент на вовлеченности студентов в процесс обучения и их участие в процедурах оценивания; университет прилагает усилия к тому, чтобы привлечь местное сообщество и других «социальных» стейкхолдеров к разработке и реализации учебных программ, а также проведению студенческих состязаний.

Социально ориентированное предпринимательское образование в Университете ИТМО соответствует второму типу организации по Гиббу [Ibid.] — предполагает высокую степень взаимодействия в процессе обучения и обмена знаниями с широким кругом стейкхолдеров, в отличие от университета как замкнутого в себе пространства открытий и обучения. В результате расширяются возможности университета для обмена знаниями, стимулируется более тесное сотрудничество между студентами и внешними стейкхолдерами, больше внимания уделяется общественным нуждам, обучению на практике и нахождению новых путей получения и распространения знаний.

В модели второго типа процесс генерирования и усвоения знаний больше увязан с конкретными ситуациями, он более проблемно- и результат-ориентирован и нацелен на практическое использование знаний. Для обучения, построенного по такой модели, требуются новые междисциплинарные методики, и в Университете ИТМО были созданы новые концепции и парадигмы, в частности введена программа «Жизненная навигация».

В современном стремительно меняющемся мире миссия университета как социально ответственного института, где особое внимание уделяется развитию личности, приобретает особую актуальность [Kivinen, Piironen, Saikkonen, 2016]. Чтобы выпускать специалистов, способных решать сложные проблемы современного общества, вуз обязательно должен включать в учебные программы практический компонент. Этой цели служит внедренный в Университете ИТМО метод учебных проектов, в ходе реализации которых студенты приобретают опыт практической деятельности. Такой подход вытекает из педагогической модели Д. Дьюи [Tomina, 2011], адаптированной к образовательным системам ряда стран и продемонстрировавшей свою эффективность и влияние [Rogacheva, 2016].

Концепцию Д. Дьюи часто критикуют за определенную узость — она нацелена в основном на приобретение опыта. Достойный практический проект предполагает решение актуальных задач, в которых заинтересовано местное сообщество. Практические проекты в рамках учебной программы должны предусматривать ряд ежедневных заданий, выполнение которых поддается измерению в целях оценивания успешности. С другой стороны, будучи сосредоточен исключительно на практических задачах, студент не всегда имеет возможность использовать опыт, приобретенный в ходе реализации проекта, в учебной деятельности или глубже понять принципы управления проектом и его системную роль в решении различных проблем, выходящих за узкие рамки задания, которое студент выполняет в данный момент. В Университете ИТМО предпринята попытка преодолеть это противоречие. Первокурсники занимаются по программе «Жизненная навигация», в ходе которой у них формируется понимание взаимосвязи между самыми разными социальными проектами и тем, какое влияние они (и их проекты) могут оказать на жизнь общества в целом. Второкурсники участвуют в конкурсе социальных проектов под названием «Ты нужен людям!», в рамках которого студенты решают практические задачи и реализуется так называемое обучение через служение (*service learning*). Здесь упор делается на понимании студентами прямой взаимосвязи между приобретением практических навыков и компетенций в ходе реализации социальных проектов и формированием установки на активную жизненную позицию, в том числе предполагающую высокую мотивацию к изменению жизни общества к лучшему.

2. Предпринимательское образование в Университете ИТМО

Согласно результатам Глобального исследования предпринимательского духа студентов (*Global Universities Entrepreneurial Spirit Students' Survey, GUESSS*)², в 2014 г. обучение основам предпринимательства не было предусмотрено для 60% студентов российских университетов, которые не специализировались на экономических или связанных с ними дисциплинах (например, «Экономика и управление»). При этом российские студенты готовы были посвятить предпринимательским курсам до 30% своего времени (показатель на 5% выше, чем в сравнимых исследованиях в секторе высшего образования за пределами России).

Мы разделяем позицию П. Глухих, который утверждает, что в процессе обучения предпринимательству «знания и компетенции намного результативнее усваиваются и применяются, если они преподаются в систематизированной логической последовательности». П. Глухих выделяет три этапа реализации предпринимательского потенциала:

² <http://www.guesssurvey.org/>

- 1) *этап замысла*. На этом этапе необходимо найти способ направить действия индивида на развитие его предпринимательских способностей, включая оценку социальных запросов, и стимулировать его готовность стать предприимчивым, создать необходимые для предпринимательства условия и найти ресурсы;
- 2) *этап создания*, состоящий из двух подэтапов:
 - а) *подэтап подготовки*, который начинается после того, как человек принял решение заняться бизнесом, и включает сбор информации и подготовительную работу;
 - б) *подэтап становления*, который ведет отсчет с регистрации частного бизнеса и продолжается три года (согласно российскому законодательству) или до прекращения деятельности компании;
- 3) *этап развития*, который включает деятельность субъекта предпринимательства после первых трех лет работы [Глухих, 2014].

Знаниевый компонент предпринимательского образования (когда учат скорее «о предпринимательстве», чем предпринимательству) сам по себе не способствует формированию предпринимательского духа. Ключевой фактор успеха здесь — развитие у студентов предпринимательского мышления, соответствующего требованиям современной экономики знаний [Васильев, Сухорукова, 2014], т. е. в первую очередь развитие инициативности, креативности и ответственности. Есть и другие весьма существенные факторы успеха: практико-ориентированное обучение опирается, во-первых, на высокую мотивацию студентов, а во-вторых, на компетентность преподавателей, способных реализовать учебный план с элементами предпринимательской деятельности. И в-третьих, действует фактор окружающей среды: студенты усваивают качества предпринимателя просто потому, что погружены в среду вуза, где распространена культура предпринимательства, основанная на четырехступенчатой модели Глухих [2014]. Реализуя эту модель, университет отбирает проекты, которые могут быть интегрированы в программы бакалавриата и магистратуры и нацелены на развитие ключевых компетенций студентов, включая так называемые мягкие навыки (*soft skills*). Здесь в основу могут быть положены также факультативные и внеаудиторные программы, о которых сказано ниже.

Траектория обучения студентов в рамках предпринимательской компоненты образования на уровне бакалавриата включает следующие этапы.

Первый год обучения. Курс «Жизненная навигация». Реализуется факультетом технологического менеджмента и инноваций с сентября 2015 г.

2.1. Предпринимательское обучение в рамках программы бакалавриата

Второй год обучения. Курс «Управление проектами» (подразумевает в том числе добровольное участие всех заинтересованных студентов в конкурсе социальных и общественных предпринимательских проектов «Ты нужен людям!»).

Третий год обучения. Курс «Основы предпринимательства». Цель курса — коммерциализация проектов, разработанных научными лабораториями и исследовательскими группами Университета ИТМО. В рамках курса проходят студенческие конкурсы «Коммерциализация инноваций», «Маркеториум», акселератор социальных проектов.

Четвертый год обучения. Студенты изучают специализированные предпринимательские дисциплины. В ходе выпускных экзаменов на степень бакалавра оцениваются практические достижения студентов в сфере коммерциализации результатов исследований или проектов, которыми они занимались в течение предыдущего года. Самые перспективные проекты включаются в полномасштабную программу акселерации, реализуемую на базе бизнес-инкубаторов, или бизнес-акселераторов, Университета ИТМО — *SumIT* и *Future Technologies*.

Эти курсы могут изучаться как в рамках основной учебной программы, так и по выбору.

Кардинально трансформируя подход к обучению, радикально меняя и совершенствуя учебный план, университет исходил из убеждения, что стимулировать инновации в общественной и экономической жизни — значит менять прежде всего людей, а не технологии. Самая сложная задача, которая встает на пути инноваций в экономике знаний, — изменить мотивацию человека, трансформировать существующий уклад, т. е. сделать человека более гибким, адаптивным, готовым придумать нечто новое, а затем внедрить свои разработки в практику. Академическая стратегия, положенная в основу решения этой задачи, была призвана обеспечить последовательное усвоение студентами Университета ИТМО, обучающимися по программам бакалавриата, ряда предпринимательских навыков, таким образом повысив их шансы на трудоустройство в будущем.

3. Внедрение управления общественно значимыми проектами в учебный процесс

Г. Ицковиц утверждает, что «четвертый элемент тройной спирали» — гражданское общество — является крайне важным стимулом для развития инноваций, поскольку инновации часто появляются в ответ на социальные запросы или социальные вызовы [Etzkowitz, 2013]. Успех же инноваций, которые выходят на рынок, зависит от взаимодействия трех других элементов тройной спирали — власти, университетов и бизнеса [Etzkowitz, 2008], на которое оказывает влияние четвертый элемент.

Если распространить этот тезис на формирование бизнес-стратегий, то одним из драйверов роста, который часто упуска-

ют из виду, является социальная или, шире, этическая стратегия компании. Этот элемент приобрел актуальность, когда появились инвесторы, принимающие решение об инвестировании в определенную компанию, в частности, на основании ее социальной, этической стратегии или с учетом оценки ее активности в местном сообществе. Отдельные инвесторы предпочитают делать только «зеленые», или этические, инвестиции, в том числе предпочтительные с точки зрения какой-либо религии или вероисповедания. И для многих студентов сегодня этические свойства бизнеса — неважно, связан или не связан он с получением прибыли, — важный критерий оценки стратегии компании. Хороший пример здесь — успех компании *TOMS Shoes* на американском обувном рынке³.

Как учесть эти все более очевидные изменения в поведении участников рынка в ходе обучения и подготовки студентов к инновациям, к творчеству, к предпринимательской деятельности? Университет ИТМО взял на себя миссию готовить студентов к инновационной деятельности, а также предпринимательству в сфере высоких технологий, но эта цель была, так сказать, облагорожена за счет включения будущих проектов в социальный контекст, в жизнь местного сообщества. Студентов учат учитывать социальную составляющую своего будущего бизнеса или работы, общественную ценность продукта или услуги. То есть, прививая студентам предпринимательские навыки, университет одновременно формирует у них гражданское сознание и социальную ответственность.

Предпринимательское образование сознательно и последовательно встроено в проектную деятельность и погружено в жизнь местного сообщества. Модернизированная методология обучения — обучение через служение (*service learning*) — направлена на то, чтобы сделать студента предпринимателем нового типа. Она основана на сочетании обучения управлению проектами с выработкой предпринимательских навыков, при этом обучение осуществляется в среде, ориентированной на интересы социума или местного сообщества, и студенты, разрабатывая учебные проекты, ставят перед собой социально значимые цели. Обучение через служение обществу — весьма эффективный способ воспитания сознательного гражданина. Студенты учатся работать в команде, быть толерантными, заботиться об улучшении местной среды и применять свои умения на практике. Первым этапом формирования гражданской сознательности является курс «Жизненная навигация».

³ См. подробнее: <http://www.toms-russia.ru/about.html>

4. «Жизненная навигация» и управление общественными проектами

Курс «Жизненная навигация» нацелен на личностное развитие студента и помогает ему сформулировать свои жизненные планы и цели. Курс состоит из 10 модулей:

- «Жизненные устремления, мечты» (формулировка главной цели в жизни);
- «Дерево жизненно важных целей» (дерево решений для достижения среднесрочных и краткосрочных целей);
- «Ресурсы» (обретение ресурсов, необходимых для достижения конечных целей; управление внешними ресурсами (деньги и время); осознание собственных сильных и слабых сторон);
- «Взаимосвязь между личными качествами и компетенциями» (поиск возможностей для профессионального роста в повседневной жизни);
- «Программа саморазвития» (составление плана действий для достижения своих целей);
- «Преодоление препятствий» (пути преодоления барьеров и поиски альтернативных путей достижения цели);
- «Идеальный Я» (самоанализ, преодоление собственных слабостей; способы осуществления внутренних трансформаций);
- «Карта спутников» (контакты, которые нужно установить, развитие сети знакомств);
- «Ежедневные дела» (тайм-менеджмент, формирование полезных привычек);
- «Самомотивация» (преодоление своих недостатков).

Исследования Университета ИТМО показывают, что студенты, которые начиная с 1-го курса связывают свои учебные цели с жизненными приоритетами, достигают этих целей гораздо быстрее и легче, чем те, кто этого не делает. Сформированный образ желаемого будущего помогает студентам делать оптимальный выбор и способствует личностному и профессиональному росту. Курс «Жизненная навигация» развивает самосознание студентов, а это отправная точка, с которой и начинается путь личности к раскрытию индивидуального предпринимательского потенциала.

Курс «Жизненная навигация» университет запустил в 2015 г. параллельно с курсом основ предпринимательства с целью стимулировать студентов к саморефлексии — к тому, чтобы они осознали и начали развивать присущие им предпринимательские способности. В результате такой работы над собой у студентов повышается самооценка, они начинают социально-психологическую подготовку к предпринимательской деятельности, включающую, в частности, анализ внешних условий и ресурсов.

«Жизненная навигация» — практико-ориентированный курс, призванный научить студентов ставить цели и выбирать приоритеты, определять необходимые ресурсы, формировать программы саморазвития и подбирать информацию, необходимую для достижения поставленных целей. Установки и содержание программы основаны на работах теоретиков двух современных психологических направлений — позитивной психологии и субъекто-генетического подхода.

Позитивная психология основное внимание уделяет формированию позитивного отношения к решению проблем [Seligman, 2006], что подразумевает изучение положительных эмоций, раскрытие лучших сторон личности, интеллектуальное и физическое совершенствование, а также признание полезных свойств социальных институтов (таких как семья и демократическое общество), которые способствуют развитию лучших человеческих качеств. Теоретики субъектогенетического подхода утверждают, что человек должен брать ответственность за свои действия, их результаты, свои успехи и потери на себя.

Первоначально курс «Жизненная навигация» был предложен сотрудниками Московского государственного гуманитарного университета имени М. А. Шолохова А. Огневым и С. Гончаром только для гуманитариев [Огнев, Гончар, 2013], однако Университет ИТМО адаптировал его для студентов технических специальностей. Ряд подобных инновационных учебных программ разработан и в других ведущих университетах мира. В основном они призваны вооружить студентов «жизненными навыками» и носят такие яркие названия, как, например, «Курс обучения мудрости» (Р. Стернберг, Йельский университет), программа развития жизнестойкости «Движение к цели» (М. Селигман, Пенсильванский университет), «Синтез личности» (Великобритания), «Счастье» (Т. Бен-Шахарб, Гарвардский университет), «Теория и практика счастья» (доктор Х. Свит, Массачусетский технологический институт)⁴.

Созданию и внедрению этого курса способствовали внешние стейкхолдеры. Важность для студентов такого курса подтверждают отзывы работодателей. И. Муравьева, директор по персоналу компании «Нетрика», выделяет несколько причин, осложняющих поиск работы для студентов. Во-первых, часто студенты не могут сформулировать, чего хотят на самом деле, т. е. у них нет даже приблизительных жизненных планов. Работодателю трудно понять, к чему они стремятся. Во-вторых, студенты не понимают, какими навыками и умениями они действительно обладают, а ка-

4.1. Анализ влияния курса «Жизненная навигация» на студентов

⁴ См., например, <http://ocw.mit.edu/courses/experimental-study-group/es-s60-the-art-and-science-of-happiness-spring-2013/>

кими нет. Студент плохо знает, чего ему недостает в профессиональном плане. Не зная самого себя, нельзя добиться успеха. И. Муравьева советует студентам читать резюме успешных соискателей и сравнивать со своими. Учитывая ее отзыв, мы включили в курс «Жизненная навигация» специальный семинар, на котором студентов обучают составлять эффективное резюме. В-третьих, часто выясняется, что студенты не умеют планировать свое время — в глазах работодателей это очень существенный недостаток.

По мере реализации курса «Жизненная навигация» в его программу было внесено немало изменений с учетом замечаний работодателей.

В осеннем семестре 2015 г. курс «Жизненная навигация» прошли более 120 первокурсников факультетов технологического менеджмента и инноваций и естественных наук. Судя по их ответам в анкетах обратной связи, курс помог студентам отчетливо сформулировать то, о чем они мечтают, наметить конкретные цели, определить, какие ресурсы необходимы для достижения этих целей, составить план действий и программы саморазвития, найти партнеров и начать действовать.

77% студентов заявили в своих анкетах, что в ходе курса «Жизненная навигация» они сумели лучше разобраться в самих себе, понять, в каком направлении развиваться, что курс помог им не только в решении личностных вопросов, но и в изучении других предметов. Увидеть, какое воздействие оказал на студентов курс «Жизненная навигация», можно по результатам практических упражнений (курсовых работ) — одно из них показывает, как изменилось отношение студентов к своим жизненным планам во время первого академического семестра.

Анализ курсовой работы. Студентам дается задание снять видеоролик продолжительностью 2–3 минуты и описать в нем свои жизненные планы, прежде всего в отношении семьи, работы, учебы, доходов, увлечений и т. д. Каждый студент должен определить свои приоритеты, задачи, которые ему предстоит решить, цели, которых он хочет добиться, решая эти задачи. В традициях отечественной психологии такого рода формулировки своих жизненных устремлений относят к категории мечты, которая определяется как способность человека моделировать собственное будущее и себя в нем [Додонов, 1978]. Наметить путь к своей мечте — задача последующих стадий курса.

Свои карьерные цели студенты формулировали так: «найти работу, которая будет приносить удовольствие», «работать по профессии, которой я обучился», «после окончания университета найти свое место в жизни». Темы семьи, здоровья и финансового благополучия также оказались очень важными. Студенты говорили, что хотели бы «создать собственную семью и при этом помогать родителям», «заниматься спортом и заботиться о сво-

ем здоровье», «не оставлять свои увлечения, вести здоровый образ жизни и держать себя в форме».

Через четыре месяца, по окончании курса, студентов попросили переснять видеоролики о жизненных планах. Подавляющее большинство студентов (86%) осознали, что курс помог им завершить первый этап реализации жизненных планов. Они уже не просто говорили о том, чего хотели бы достичь, но и четко формулировали, как именно будут это делать: следовать своим устремлениям, устанавливать связи с нужными людьми, эффективно планировать время. Примечательно, что и формулировки ответов изменились: вместо «Я хотел бы...» студенты говорили «Я собираюсь достичь того-то и для достижения этой цели сделал то-то». Значит, отношение студентов к своим жизненным планам существенно изменилось: теперь они не просто мечтали, но отчетливо представляли себе, к чему стремятся.

При сравнении исходных и итоговых видеороликов выяснилось, что в сознании студентов в течение первого семестра происходили и другие перемены. Большинство студентов второй видеоролик начинали со слов: «Глобальных перемен у меня не произошло, однако...» Такая формулировка показывает, что молодые люди склонны ожидать радикальных перемен во время первого года обучения в университете, и это характерно для «поколения Z», которое сейчас поступает в университеты. А затем студенты описывали, какие конкретные открытия сделали, какие перемены произошли в их жизни: «Я стал записывать свои планы», «Решение всегда можно найти», «Мы должны учиться на своих ошибках», «Чтобы создать большое, нужно начинать с малого, и поэтому мы должны учиться контролировать свою жизнь», «Я понял: ничего нельзя откладывать на последний день»; «Я научился выражать свои мысли», и теперь «я планирую каждый день»; «Нужно все делать вовремя, нельзя откладывать на последний день»; «Самое главное — анализировать самого себя и свою деятельность».

Преподаватели отметили, что планы студентов стали более упорядоченными и конкретными. Студенты поняли, какие планы необходимы для достижения поставленных целей; в ходе курса были проанализированы существующие препятствия, и это помогло студентам скоординировать свою деятельность, чтобы достичь намеченной цели в установленный срок.

Конкурс был задуман и впервые реализован в 2013 г. как инструмент синтеза образовательной, инновационной и воспитательной деятельности. Все студенческие команды — участники конкурса должны реализовать свой проект в сфере социального предпринимательства и затем выступить с отчетом о проекте перед жюри.

Конкурс проводится в четыре этапа.

5. Привлечение студентов к социальному предпринимательству и разработке проектов
5.1. Конкурс «Ты нужен людям!»

На первом этапе студенты подают заявки на участие, разрабатывают проектное предложение и налаживают взаимодействие с общественными (неправительственными) организациями (НПО), которые предоставляют площадку для реализации проекта. На втором этапе проводится серия учебных семинаров и мастер-классов на тему проектной деятельности и проектирования в сфере социального предпринимательства. Их организуют представители некоммерческих организаций, университетов Санкт-Петербурга и других российских городов. На третьем этапе студенты в сотрудничестве с соответствующими НПО реализуют социальные проекты. Этот этап обычно длится от трех до пяти месяцев в зависимости от содержания проекта. На четвертом этапе студенты готовят доклады и защищают проекты перед жюри.

История конкурса «Ты нужен людям!» показывает, как стремительно, буквально за один год, развернулась активная социально ориентированная деятельность студентов: сначала в рамках одного университета, затем в пределах Санкт-Петербурга, а потом и по всей стране.

В первом конкурсе, который проходил в 2013 г., соревновались санкт-петербургские университеты; в нем приняли участие всего 60 студентов, было реализовано 18 общественных проектов. В результате проведения второго конкурса количество студенческих проектов в Санкт-Петербурге немного возросло: в 2014 г. в конкурсе приняли участие уже 200 студентов из 10 вузов, было осуществлено 48 проектов. В рамках конкурса прошел ряд учебных семинаров, посвященных управлению проектами и проектам в сфере социального предпринимательства. По их окончании эксперты давали участникам конкурса индивидуальные консультации.

В 2015 г. третий межуниверситетский конкурс «Ты нужен людям!» проводился уже при участии одного из зарубежных партнеров Университета ИТМО — Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе (США). В рамках конкурса происходил обмен опытом в сфере социальных проектов, планирования проектов и предпринимательства в целом. Целью конкурса было познакомить студентов из разных стран с лучшими международными практиками в сфере социального предпринимательства и сформировать у них универсальные предпринимательские компетенции («мягкие навыки»). В июне 2015 г. в Санкт-Петербурге прошел первый Международный фестиваль социального предпринимательства. В нем участвовали два партнера Университета ИТМО — Калифорнийский университет в Лос-Анджелесе и Чжэцзянский национальный университет (Китай). Фестиваль проходил в формате краткосрочной программы акселерации для студентов университетов-партнеров. Участники конкурса реализовали свои проекты в Китае, США и России, используя общий подход и методологию.

В 2016 г. конкурс «Ты нужен людям!» перерос во всероссийский проект, в котором принял участие 81 вуз из 48 городов и 37 российских регионов. Студенты — участники конкурса реализовали 256 социально ориентированных проектов. На базе университетов была создана общая сеть управления этими проектами. В конце 2016 г. в Университете ИТМО был проведен второй Международный фестиваль социального предпринимательства, и к студентам из России, США и Китая присоединились команды из Индии и Швейцарии.

Как объяснить такую активность студентов в социально ориентированных проектах? Судя по всему, российские студенты заинтересованы в социальных проектах как эффективном инструменте развития своих профессиональных компетенций. Растущий интерес студентов к реализации социальных проектов обусловлен еще двумя факторами: возникшим пониманием, что они своими действиями могут реально изменить мир вокруг себя, и желанием быстро добиться широкого общественного признания собственных достижений.

Социальные проекты часто оказываются перспективными, поскольку могут быть краткосрочными и быстро давать ощутимые результаты. Это достаточно мощная двойная мотивация: перемены очевидны, и награда, т. е. признание извне, приходит быстро. Материальное вознаграждение не обязательно, оно может быть и символическим, например публичная похвала. Социальные и общественные проекты не только создают благоприятную почву для развития практических компетенций студентов, которые используют свои ресурсы — энергию и мотивацию — продуктивно и упорядоченно; они также помогают студентам самореализоваться, получить эмоциональное удовлетворение и повысить свой общественный статус.

Поэтому в студенческой среде существует латентный запрос на социальное проектирование, и этот запрос необходимо оформлять, направить в нужное русло и облечь в понятный организационный формат, связанный с образовательным процессом. Опыт внедрения такого формата в Университете ИТМО посредством программы «Ты нужен людям!» безусловно позитивен. Это подтверждают и данные отчета Фонда В. Потанина — активного спонсора студенческих социальных проектов⁵: в одном из отчетов Фонда говорится, что студенты используют социальные проекты в качестве основы для профессионального развития, особенно с помощью социальных сетей, подчеркивается целесообразность включения такого элемента в учебные планы вузов.

⁵ Отчет Фонда Владимира Потанина за 2016 г. <http://www.fondpotanin.ru/media/2017/05/24/1269025795>).

**6. Эволюция
трехступенчатого
цикла предпри-
нимательского
образования
в Университете
ИТМО**

В национальном отчете *Global Universities Entrepreneurial Spirit Students' Survey* сказано: «Вуз может стать центром создания и применения знаний, ориентированных на социально-экономическое развитие региона, и будет способствовать становлению студентов не только как профессионалов в своих областях, но и как предпринимателей, создающих инновации и новые рабочие места»⁶.

Развитие предпринимательского образования необходимо сделать одним из приоритетов национальной системы образования. Вузы должны способствовать формированию у студентов желания заниматься предпринимательством, предоставлять им необходимые для осуществления этих намерений образовательные услуги, оказывать организационную и ресурсную поддержку. Для этого необходимо создать инфраструктуру, способную обеспечить не только введение предпринимательских курсов, но и запуск проектов, которые помогут студентам реализовать их предпринимательские намерения.

Высшее образование в России вступило в фазу радикальной трансформации, которая характеризуется тем, что успех выпускников вузов на рынке труда теперь зависит не только от их профессиональных знаний и способностей, но и от их мотивации, креативности и адаптивности. Эти качества всегда были полезны выпускникам, однако в условиях информационного общества они стали ключевыми. Высшее техническое образование должно быть ориентировано не только на формирование профессиональных компетенций, но и на развитие навыков общения, необходимых молодому специалисту, который становится участником социально-экономической жизни общества. Оно должно не только готовить студентов к профессиональной деятельности с использованием современных технологий, но и продвигать студентов на новый культурный уровень, соответствующий уровню технологий, с которыми им предстоит работать.

Исходя из таких представлений о целях обучения в вузе, Университет ИТМО разработал общую циклическую модель социально-предпринимательского образования, включающую следующие этапы.

1. 1-й этап. В рамках общего блока социальных наук и гуманитарных дисциплин (1–2 года) студенты приобретают знания, умения и навыки организационной и управленческой деятельности, совершенствуют практические компетенции для эффективной проектной деятельности в дальнейшем и будущей профессиональной деятельности («мягкие навыки»).

⁶ Global Universities Entrepreneurial Spirit Students' Survey (Russia, 2013/2014) <http://www.guesssurvey.org/>

В процессе изучения этих дисциплин или внеаудиторной работы студент или команда студентов могут сформулировать идею будущего проекта.

2. 2-й этап. Студенты, нашедшие идею проекта, участвуют в различных студенческих соревнованиях, например в описанном выше конкурсе «Ты нужен людям!». Реализуя свои проекты в рамках конкурсов, студенты закрепляют приобретенные компетенции. Проекты вносятся в портфолио для последующего получения сертификата об опыте практической деятельности.
3. 3-й этап. Студенческие проекты проходят экспертизу, в ходе которой оцениваются шансы на их коммерциализацию. Самые успешные попадают в бизнес-инкубатор Университета ИТМО и/или в программу акселерации стартапов, в ходе которой проекты превращаются в новые бизнесы.

Таким образом, создание и реализация проектов в сфере социального предпринимательства в университете превращается в непрерывный процесс, в результате которого:

- происходит формирование предпринимательского сознания студентов, становление их социального мировоззрения;
- получают выгоды местное сообщество и социум в целом;
- в университете совершенствуется цикл «от проектов к инновациям»;
- студенческие проекты регулярно преобразуются в стартапы и малые инновационные предприятия.

В практику Университета ИТМО была внедрена модель обучения, предполагающая большую, чем прежде, свободу действий студентов с использованием проектных идей в сфере социального предпринимательства. Для российской системы образования, для которой характерны директивные учебные планы, административное вмешательство и строгие требования к программам обучения по техническим специальностям, это достаточно необычно. Запрос студентов, часто скрытый, на активное участие в жизни социума и местного сообщества и возможность приносить ему больше пользы во многих иностранных университетах признан драйвером перемен. Сэр П. Даунс, ректор Университета Данди, который считается одним из лучших в Британии, утверждает, что решение вопроса о том, как выпускать больше студентов-предпринимателей, следует искать не в формальных подходах к обучению, а в модели университета, который активно работает для удовлетворения экономических, социальных и культурных нужд общества [Downes, 2013].

Чтобы предпринимательское образование было эффективным, необходимо поддерживать у студентов высокую мотива-

7. Заключение

цию. Мотивация повышается, когда цели социальных проектов, в том числе связанных с жизнью местного сообщества, становятся личными целями студента. Описанный в данном исследовании курс «Жизненная навигация» помогает стимулировать мотивацию и обеспечивает студентов инструментами, необходимыми для достижения их целей.

Этот курс является важным шагом к формированию социально ориентированного предпринимательского мышления — он учит студентов ставить вопросы, искать и давать на них структурированные ответы, а на основе эти ответов формулировать свои жизненные планы в контексте развития местного сообщества и общества в целом.

Данный курс — только первый шаг к развитию полноценной системы предпринимательского образования в Университете ИТМО, но шаг очень важный. Анализ результатов его реализации свидетельствует о том, что студент становится активной, целеустремленной личностью, владеющей эффективными инструментами самоанализа, способной оценить окружающие условия в контексте своих задач и целей. Чем раньше в сознании студента сформируется такая аналитическая матрица, чем быстрее он научится использовать ее в решении проблем, тем раньше он будет готов заниматься настоящей предпринимательской деятельностью и выходить на рынок труда.

Опыт Университета ИТМО показывает, что на рынке труда и в социуме в целом существует серьезный запрос на управленческие и предпринимательские компетенции. Эта общественная потребность создает постоянный запрос на приобретение таких навыков со стороны студентов; таким образом культура и дух социального предпринимательства распространяются и внедряются во всем университете, и у новых поколений студентов пробуждается желание следовать по этому пути.

Курс «Жизненная навигация» дополняют другие элементы предпринимательского образования. Сам по себе он не может дать необходимых результатов, его нужно использовать в комплексе с другими дисциплинами и проектами. Концепция курса может быть преобразована для использования в других вузах. Модель конкурса социальных предпринимательских проектов «Ты нужен людям!», например, была апробирована в 2016 г. на федеральном уровне, в других вузах и поддержана Министерством образования и науки. На следующем этапе (работа в этом направлении уже ведется) предполагается провести подобный конкурс в российских средних школах, чтобы прививать учащимся идеи социального предпринимательства в более раннем возрасте.

Опыт Университета ИТМО свидетельствует о том, что учебная программа, если она сфокусирована на широком спектре общественных нужд, способствует эволюции личных и социальных ценностей студентов. Курс «Жизненная навигация» вместе

с конкурсом «Ты нужен людям!» и другими элементами предпринимательского образования (курсы «Управление проектами» и «Основы предпринимательства») составляют единую программу, в рамках которой студенты учатся эффективно использовать свои знания и умения как для собственного профессионального и карьерного развития так и на благо общества в целом.

Литература

1. Васильев В. Н., Сухорукова М. В. (2014) Развитие предпринимательского мышления и новые подходы к практико-ориентированному обучению предпринимательству в вузе: опыт магистратуры на базе инкубатора // *Инновации*. № 8 (190). С. 51–54.
2. Васильев В. Н., Тойвонен Н. Р., Казин Ф. А., Яныкина Н. О. (2014) Инновационная экосистема Университета ИТМО. Итоги и перспективы программ развития // *Инновации*. № 8 (190). С. 27–33.
3. Додонов Б. И. (1978) Эмоция как ценность. М.: Политиздат.
4. Глухих П. Л. (2014) Предпринимательские компетенции: ответ на новые запросы. Сб. тезисов докладов Международной конференции «Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству». М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия». С. 220–223.
5. Казин Ф. А., Луценко А. Е., Макаренко М. А., Зленко А. Н. (2015) Опыт управления изменениями в социально-гуманитарном блоке технического вуза (на примере Университета ИТМО) // *Университетское управление: практика и анализ*. № 4. С. 43–55.
6. Огнев А. С., Гончар С. Н. (2013) Позитивная психология в системе непрерывного профессионального образования (на примере курса «Жизненная навигация») // *Непрерывное образование: XXI век*. № 2. С. 85–90. DOI: 10.15393/j5.art.2013.2088.
7. Томина Е. Ф. (2011) Педагогические идеи Джона Дьюи: история и современность // *Вестник Оренбургского государственного университета*. № 2. С. 360–366.
8. Юрьева Т. В. (2007) Влияние мечты как модели будущего на личностно-профессиональное развитие студента: дис. ... канд. психол. наук. Тамбов: Тамбовский государственный университет.
9. Baker C. (2013) *Creating Innovation in Partnership with Local Communities* // P. Coyle, A. Gibb, G. Haskins (eds) *The Entrepreneurial University: From Concept to Action*. London: NCEE and UUK. P. 31–33.
10. Burns P. (2005) *Corporate Entrepreneurship: Building an Entrepreneurial Organization*. New York: Macmillan.
11. Clark B. (1998) *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. New York: IAU.
12. Coyle P., Gibb A., Haskins G. (2013) *The Entrepreneurial University: From Concept to Action*. London: NCEE and UUK.
13. Downes P. (2013) *Achieving Impact through Partnership* // P. Coyle, A. Gibb, G. Haskins (eds) *The Entrepreneurial University: From Concept to Action*. London: NCEE and UUK. P. 34–37
14. Etzkowitz H. (2008) *The Triple Helix: Industry, University and Government in Innovation*. London: Routledge.
15. Etzkowitz H. (2013) *Can a Teaching University Be an Entrepreneurial University? Civic Entrepreneurship and the Formation of a Cultural Cluster in Ashland, Oregon*. CIMR Research Working Paper Series. Working Paper No 11. Stanford: Stanford University.

16. Gibb A. (2013) The Entrepreneurial Concept: 20 Key Questions // P. Coyle, A. Gibb, G. Haskins (eds) *The Entrepreneurial University: From Concept to Action*. London: NCEE and UUK. P. 10–17.
17. Godin B., Gingras Y. (2000) The Place of University in the System of Knowledge Production // *Research Policy*. Vol. 29. No 2. P. 273–278.
18. Hagen S. (2008) From Tech Transfer to Knowledge Exchange: European Universities in the Marketplace // *The University in the Market*. Vol. 84. No 10.
19. Kivinen O., Piironen T., Saikkonen L. (2016) Two Viewpoints on the Challenges of ICT in Education: Knowledge-Building Theory vs a Pragmatist Conception of Learning in Social Action // *Oxford Review of Education*. Vol. 4. Iss. 4. P. 377–390.
20. Nelles J., Vorley T. (2010) Entrepreneurial by Design: Theorizing the Entrepreneurial Transformation of Contemporary Universities // *Industry and Higher Education*. Vol. 24. No 3. P. 157–164.
21. Riviezzo A., Napolitano M. (2010) Italian Universities and the Third Mission: A Longitudinal Analysis of Organizational and Educational Evolution towards the 'Entrepreneurial University' // *Industry and Higher Education*. Vol. 24. No 3. P. 227–236.
22. Seligman M. (2006) *Authentic Happiness: Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Lasting Fulfillment*. New York: Simon & Schuster.
23. Rogacheva Y. (2016) The Reception of John Dewey's Democratic Concept of School in Different Countries of the World // *Espacio Tiempo y Educación*. Vol. 3. No 2. P. 65–87.
24. Shattock M. (2008) *Entrepreneurialism in Universities and the Knowledge Economy: Diversification and Organizational Change in European Higher Education*. Maidenhead: Open University.
25. Shirokova G., Tsukanova T., Bogatyryova K. (2014) *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey: National Report Russia 2013/2014*. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University.

Developing the Entrepreneurial University through Positive Psychology and Social Enterprise

Filipp Kazin

Candidate of Sciences (History), Dean, Technological Management and Innovation Faculty, ITMO University. Address: 11/2 Chaikovsky St., 191187 Saint Petersburg, Russian Federation. E-mail:kazin@corp.ifmo.ru

Authors

Stephen Hagen

Professor Emeritus of the University of South Wales (UK). Address: University of South Wales, Pontypridd, Wales, CF37 1DL. E-mail:stephenhagenprof@gmail.com

Anastasiya Prichislenko

Head of Personal Development Center, Technological Management and Innovation Faculty, ITMO University. Address: 11/2 Chaikovsky St., 191187 Saint Petersburg, Russian Federation. E-mail:aprichislenko@gmail.com

Andrey Zlenko

Director of Center for Community Projects and Social Entrepreneurship, Technological Management and Innovation Faculty, ITMO University. Address: 11/2 Chaikovsky St., 191187 Saint Petersburg, Russian Federation. E-mail: anikspb@mail.ru

This article provides an empirically-based insight into the operation and impact of socially-oriented entrepreneurship as an educational tool at the Russian higher education institution, ITMO University (St Petersburg). The experience suggests that consciously placing stress on the social and ethical dimension of entrepreneurship education provides a strong motivational factor which develops many students' interests towards contributing positively to society. The effective engagement of students in community projects creates a synergy between the project's practical objectives, students' awareness of self, and helps to refine the students' own life goals and values -invaluable for setting a career strategy.

Abstract

higher education, entrepreneurship education, project management, socially-oriented entrepreneurship, the ITMO University, curriculum, motivation, students' life plans.

Keywords

- Baker C. (2013) Creating Innovation in Partnership with Local Communities. *The Entrepreneurial University: From Concept to Action* (eds P. Coyle, A. Gibb, G. Haskins), London: NCEE and UUK, pp. 31–33.
- Burns P. (2005) *Corporate Entrepreneurship: Building an Entrepreneurial Organization*. New York: Macmillan.
- Clark B. (1998) *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. New York: IAU.
- Coyle P., Gibb A., Haskins G. (2013) *The Entrepreneurial University: From Concept to Action*. London: NCEE and UUK.
- Dodonov B.I. (1978) *Emotsiya kak tsennost* [Emotion as a Value]. Moscow: Politizdat.
- Downes P. (2013) Achieving Impact through Partnership. *The Entrepreneurial University: From Concept to Action* (eds P. Coyle, A. Gibb, G. Haskins), London: NCEE and UUK, pp. 34–37.

References

- Etzkowitz H. (2008) *The Triple Helix: Industry, University and Government in Innovation*. London: Routledge.
- Etzkowitz H. (2013) *Can a Teaching University Be an Entrepreneurial University? Civic Entrepreneurship and the Formation of a Cultural Cluster in Ashland, Oregon*. CIMR Research Working Paper Series. Working Paper No 11. Stanford: Stanford University.
- Gibb A. (2013) The Entrepreneurial Concept: 20 Key Questions. *The Entrepreneurial University: From Concept to Action* (eds P. Coyle, A. Gibb, G. Haskins), London: NCEE and UUK, pp. 10–17.
- Glukhikh P. (2014) Predprinimatelskie kompetentsii: otvet na novye zaprosy [Entrepreneurial Competences: Answer to New Requests]. *Sbornik tezisev dokladov mezhdunarodnoy konferentsii «Formirovanie professionalnykh predprinimatelskikh kompetentsiy molodyozhi v protsesse obucheniya predprinimatelstvu»* [Proceedings of the International Conference “Formation of Professional Entrepreneurial Competence of Young People in the Process of Entrepreneurship Education”], Moscow: Moscow University for Industry and Finance “Synergy”, pp. 220–223.
- Godin B., Gingras Y. (2000) The Place of University in the System of Knowledge Production. *Research Policy*, vol. 29, no 2, pp. 273–278.
- Hagen S. (2008) From Tech Transfer to Knowledge Exchange: European Universities in the Marketplace. *The University in the Market*, vol. 84, no 10.
- Kazin P., Lutsenko A., Makarchenko M., Zlenko A. (2015) Opyt upravleniya izmeneniyami v sotsialno-gumanitarnom bloke tekhnicheskogo vuza (na primere Universiteta ITMO) [Experience of Change Management in the Social Science and Humanity Block of a Technical Higher Education School. *Journal of University Management: Practice & Analysis*, no 4, pp. 43–55.
- Kivinen O., Piironen T., Saikkonen L. (2016) Two Viewpoints on the Challenges of ICT in Education: Knowledge-Building Theory vs a Pragmatist Conception of Learning in Social Action. *Oxford Review of Education*, vol. 4, no 4, pp. 377–390.
- Nelles J., Vorley T. (2010) Entrepreneurial by Design: Theorizing the Entrepreneurial Transformation of Contemporary Universities. *Industry and Higher Education*, vol. 24, no 3, pp. 157–164.
- Ognev A., Gonchar S. (2013) Pozitivnaya psikhologiya v sisteme nepreryvnogo professionalnogo obrazovaniya (na primere kursa “Zhiznennaya navigatsiya”) [Positive Psychology in the System of Continuous Occupational Education (for Example, the Course “Vital Navigation”)]. *Lifelong Education*, no 2, pp. 85–90. DOI: 10.15393/j5.art.2013.2088.
- Riviezso A., Napolitano M. (2010) Italian Universities and the Third Mission: A Longitudinal Analysis of Organizational and Educational Evolution towards the “Entrepreneurial University”. *Industry and Higher Education*, vol. 24, no 3, pp. 227–236.
- Seligman M. (2006) *Authentic Happiness: Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Lasting Fulfillment*. New York: Simon & Schuster.
- Rogacheva Y. (2016) The Reception of John Dewey’s Democratic Concept of School in Different Countries of the World. *Espacio Tiempo y Education*, vol. 3, no 2, pp. 65–87.
- Shattock M. (2008) *Entrepreneurialism in Universities and the Knowledge Economy: Diversification and Organizational Change in European Higher Education*. Maidenhead: Open University.
- Shirokova G., Tsukanova T., Bogatyryova K. (2014) *Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey: National Report Russia 2013/2014*. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University.

- Tomina E.F. (2011) Pedagogicheskie idei Dzhona Dyui: istoriya I sovremennost [Pedagogical Ideas of John Dewey: History and Contemporaneity]. *Vestnik of Orenburg State University*, no 2, pp. 360–366.
- Vasilyev V., Sukhorukova M. (2014) Razvitie predprinimatelskogo myshleniya i novye podkhody k praktiko-orientirovannomu obucheniyu predprinimatelstvu v vuze: opyt magistratury na baze inkubatora [Development of Entrepreneurial Thinking and New Approaches for Practice-Oriented Entrepreneurship Teaching in Higher Education School: Masters Program Experience Based on an Incubator]. *Innovations*, no 8 (190), pp. 51–54.
- Vasilyev V., Toyvonen N., Kazin P., Yanykina N. (2014) Innovatsionnaya sistema Universiteta ITMO. Itogi i perspektivy program razvitiya [Innovative Ecosystem of ITMO University. Results & Prospects of Development Programs]. *Innovations*, no 8 (190), pp. 27–34.
- Yuryeva T. (2007) *Vliyaniye mechty kak modeli budushchego na lichnostno-professionalnoye razvitiye studenta* [Impact of a Dream as of a Model of Future on Personal and Professional Development of a Student] (PhD Thesis). Tambov: University of Tambov.