

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО ВГУ)

**УТВЕРЖДАЮ**  
Заведующий кафедрой  
истории философии и культуры



Д. Г. Кукарников  
20.05.2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ДВ.02.02 Культурный бренд региона

1. Код и наименование направления подготовки: 51.04.01 Культурология
2. Профиль подготовки: Организация и управление в культурных индустриях
3. Квалификация выпускника: магистр
4. Форма обучения: очная
5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: Истории философии и культуры факультета философии и психологии
6. Составители программы: Серебрякова Елена Геннадьевна, д. культурологии
7. Рекомендована: научно-методическим советом факультета философии и психологии протокол от 29.05.2024 № 1400-05.
8. Учебный год: 2025/2026 Семестр(-ы): 3

## 9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель учебной дисциплины – теоретическая и практическая подготовка магистранта в области управления региональной культурой

Задачи учебной дисциплины: формирование у магистрантов системы знаний в области управления региональной культурой; раскрытие специфики развития и функционирования региональной культуры; формирование и укрепление у будущих специалистов устойчивого интереса к целенаправленному применению соответствующих знаний в управленческой деятельности; приобретение у магистранта навыков практической работы в сфере управления региональной культурой; развитие у магистрантов потребности в гуманистическом креативном подходе к профессиональной деятельности в сфере культуры.

## 10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Культурный бренд региона» относится к Профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 51.04.01 Культурология (магистратура) и является дисциплиной по выбору (общепрофессиональной) части этого цикла.

Приступая к изучению данной дисциплины, студенты имеют подготовку по истории русской культуры. У студентов должны быть сформированы компетенции: способность и готовность к владению культурой научного мышления, обобщением, анализом и синтезом фактов и теоретических положений (ОК-3); использованию системы категорий и методов, необходимых для решения типовых задач в различных областях профессиональной практики (ОК-4)

Учебная дисциплина «Культурный бренд региона» следует за дисциплинами «Региональный культурный туризм», «Традиции и национальные приоритеты культуры современной России», «Управление культурными и социальными проектами», «Культурные индустрии», логически связана с названными курсами.

## 11. Планируемые результаты обеспечения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

| Код   | Название компетенции   | Код(ы)  | Индикатор(ы)   | Планируемые результаты обучения   |
|-------|--|---------|--|---|
| ПК-3. | Способен осуществлять стратегическое планирование, организацию и контроль в сфере культуры на различных уровнях управления | ПК-3.2. | Организует деятельность учреждения культуры в целом и его подразделений на основе базовых технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности; принимает обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций в деятельности учреждений культуры | <b>Знать:</b> основы технологии менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности;<br><b>Уметь:</b> принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций в деятельности учреждений культуры;<br><b>Владеть:</b> основными техниками, позволяющими решать управленческие задачи учреждений культуры |
|       |  | ПК-3.3  | Использует современные методы менеджмента профессиональной деятельности в социально-культурной сфере; технологии поиска нормативно-правовых документов, регламентирующих   | <b>Знать:</b> современные методы менеджмента профессиональной деятельности в социально-культурной сфере; основные положения нормативно-правовых документов,   |

|       |  |        |   |   |
|-------|--|--------|---|---|
|       |  |        | профессиональную деятельность в сфере культуры; технологии менеджмента и маркетинга   | регламентирующих профессиональную деятельность в сфере культуры;<br><b>Уметь:</b> находить современные технологии и методы менеджмента профессиональной деятельности в социально-культурной сфере;<br><b>Владеть:</b> технологиями менеджмента и маркетинга в социокультурной сфере   |
| ПК-4. |  | ПК-4.2 | Осуществляет эффективное планирование творческо-производственной деятельности работников учреждений культуры, контроль за ходом ее реализации, оценку структуры и содержания творческих художественно-творческих проектов | <b>Знать:</b> принципы планирования творческо-производственной деятельности работников учреждений культуры;<br><b>Уметь:</b> осуществлять контроль за ходом ее реализации, производить оценку структуры и содержания творческих художественно-творческих проектов;<br><b>Владеть:</b> навыками планирования и оценки творческих художественно-творческих проектов |
|       |  | ПК-4.3 | Использует технологии разработки организационных документов и реализации художественно-творческих проектов  | <b>Знать:</b> технологии разработки организационных документов;<br><b>Уметь:</b> реализовывать художественно-творческие проекты;<br><b>Владеть:</b> навыками реализации художественно-творческих проектов.  |

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 2 ЗЕТ**

**Форма промежуточной аттестации зачёт**

**13. Виды учебной работы**

| Вид учебной работы                     | Трудоемкость |              |        |       |
|--|--------------|--------------|--------|-------|
|  | Всего        | По семестрам |        |       |
|  |              | 3 сем.       | № сем. | ..... |
| Аудиторные занятия                     | 54           | 54           |        |       |
| в том числе: лекции                    | 18           | 18           |        |       |
| практические                           | 36           | 36           |        |       |
| лабораторные                           | 0            | 0            |        |       |
| Самостоятельная работа                 | 18           | 18           |        |       |
| Форма промежуточной аттестации (зачет) |              |              |        |       |
| Итого:                                 | 72           | 72           |        |       |

**13.1. Содержание дисциплины**

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела дисциплины |
|-------|---------------------------------|-------------------------------|
|-------|---------------------------------|-------------------------------|

| <b>1. Лекции</b>               |   |   |
|--------------------------------|---|---|
| 1.                             | Организация социально-культурной политики                     | Понятие «региональная культурная политика». Три уровня регулирования культурной жизни: федеральный, региональный, муниципальный. Советская и постсоветская модели взаимодействия центра и регионов. Задачи культурной политики на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.  |
| 2.                             | Понятия «бренд», «бренд региона», формирование бренда региона | Определение понятия, разнообразие подходов к принципам формирования и функционирования брендинга. Субъекты и объекты политики создания брендов региона.   |
| 3.                             | Бренды в экологических проектах                               | Экологические мероприятия в 5 генплане города. Понятия «особо охраняемая природная территория», «рекреационные зоны», классификация рекреационных зон, допустимые виды использования. Муниципальная программа «Охрана окружающей среды». Общественные организации и программы. Экотуризм: виды, формы, функции. Экопоселения как альтернатива городу.   |
| 4.                             | Бренды в краеведческом направлении социокультурных проектов   | Краеведение как наука. История Воронежского краеведения. Краеведческие проекты в туристической и социокультурной деятельности отделов культуры. Понятие «объект культурного наследия». Деятельность муниципальных органов и общественных организаций по охране объектов культурного наследия города.  |
| 5.                             | Художественные бренды города                                  | Деятельность театров, концертных залов и др. институций художественной культуры в гуманизации городской жизни: история и современность. Искусство как способ создания комфортной городской среды: монументальное искусство (функция и форма в прошлом и настоящем). Городская скульптура (функция и форма в прошлом и настоящем). Дизайн городской среды, дизайн-регламент Воронежа. Художники стрит-арта и их проекты.   |
| 6.                             | Бренды в традиционной народной культуре                       | Понятие «традиционная народная культура». Формы, виды, варианты использования для повышения туристической привлекательности региона. Этнический туризм как одно из направлений культурно-познавательного туризма. Региональные проекты по развитию этнотуризма. Народные ремесла и промыслы Воронежской области в системе этнотуризма. Роль культурных институций города в сохранении традиционной культуры. Фестивали народного творчества, ярмарки мастеров как средство популяризации традиционной культуры. |
| 7.                             | Этнические бренды как средство межнационального диалога       | История взаимодействия национальных культур в Воронеже. Храмы разных конфессий, история и современность. Миграция как одна из социокультурных тенденций современности. Политические и социальные проблемы миграции. Градостроительные модели расселения мигрантов: анклав, диффузное расселение. Риски компактного поселения мигрантов. Муниципальные органы и региональные программы по интеграции мигрантов. Культурные практики как способ интеграции мигрантов.   |
| <b>2. Практические занятия</b> |   |   |
| 1.1- 1.5                       | Федеральные и региональные программы                          | <b>Федеральные урбанистические программы:</b> национальный проект «Жилье и городская среда», методика определения качества городской среды.<br><b>Региональные урбанистические программы:</b> «Формирование современной городской среды на территории   |

|            |   |   |
|------------|---|---|
|            |   | <p>городского округа город Воронеж на 2018-2024 годы».</p> <p><b>Общественные организации: история и современность.</b> История возникновения общественных собраний и клубов в России. Типы общественных объединений: благотворительные, профессиональные, коммерческие, просветительские и досуговые. Сословный характер общественных объединений 18-19 вв.</p> <p>Типология, классификация, роль в жизни города современных общественных движений и объединений. Наиболее активные общественные движения Воронежа: «Архдозор», «Город и транспорт» и др.</p>  |
| 2.6- 2.8   | Понятие «бренд», формирование бренда региона                | <p>Определение понятия, разнообразие подходов к принципам формирования и функционирования брендинга. Субъекты и объекты политики создания брендов региона.</p>  |
| 3.9 - 3.11 | Бренды в экологических проектах                             | <p><b>Концепции экологического города:</b> город-сад, город с расчлененной структурой, линейный город, устойчивый город, экогород Ричарда Регистера, «город без машин» Дж. Кроуфорда, углерод-нейтральный город, «зеленый город», «город с нулевыми отходами», «пешеходный город», «городские деревни» и проч.</p> <p><b>Экологические проекты в градостроительной практике Воронежа:</b> роль муниципальных органов и общественных организаций в создании комфортной городской среды, сады и парки как зоны отдыха, проблема создания и функционирования пешеходных улиц, способы решения экологических проблем города и снижения конфликта дорожно-транспортных и пешеходных интересов. Утопический проект эко-поселений как альтернатива городу.</p> |
| 4.12, 4.13 | Бренды в краеведческом направлении социокультурных проектов | <p><b>Историко-культурное наследие Воронежа:</b> понятие «объект культурного наследия», критерии оценки, список объектов культурного наследия Воронежа, цели сохранения, методы реконструкции, способы адаптации к современному городу</p> <p><b>Краеведение как ресурс брендинга города:</b> история Воронежского краеведения, муниципальные и общественные организации, занимающиеся краеведческой работой; программы и социокультурные проекты по изучению истории края. Роль краеведения в создании бренда региона и повышении туристической привлекательности города.</p>  |
| 5.14, 5.15 | Художественные бренды города                                | <p><b>Арт-проекты муниципальных отделов культуры, музеев и галерей.</b> Международные акции в городе: «Ночь музеев», «Ночь искусств», «Ночь в театре», «Ночь кино». Фестивали как средство создания креативного города: история Платоновского, Мандельштамовского, Маршаковского и др. фестивалей. Уличное искусство (стрит-арт) как способ преобразования городской среды. Фестиваль уличного искусства Art-VRN. Виртуальные проекты художников: арт-галерея на Петровском острове Н. Кузина, стеклянный ключ Вильгельма Столля (авторы Я. Посадский, Р. Шульгин, С. Галкин).</p> <p><b>Реновация депрессивных зон города как способ создания креативных пространств.</b> Причины реноваций, способы и методы реноваций промзон, проекты реновации</p> |

|               |   |  |
|---------------|---|--|
|               |   | заводов: им. Коминтерна, ликеро-водочного, сельмаша. Проект реновации ботсадаС. Юнги и А. Макаровой.   |
| 6.16,<br>6.17 | Бренды в традиционной народной культуре                 | <b>Народные ремесла в системе традиционной культуры города.</b> История народных ремесел и промыслов Воронежской области. Роль культурных институций города в подготовке мастеров народных ремесел: Воронежское художественное училище, ВОЦНТИК, культурно-досуговые учреждения (Дома культуры, Дома ремесел, Центры традиционной культуры). Музеи народных ремесел как пространство сохранения, изучения и популяризации народного творчества.<br><b>Традиционная культура как средство повышения туристической привлекательности:</b> понятие «этнотуризм», функции, цели, задачи. Виды этнотуризма. Этнографические музеи как форма популяризации традиционной культуры. Роль фольклорных фестивалей и праздников в повышении туристической привлекательности региона.  |
| 7.18          | Этнические бренды как средство межнационального диалога | <b>История взаимодействия национальных культур в городе.</b> Воронеж дореволюционный: взаимодействие национальных культур при доминировании русской, роль православия в сохранении культурной целостности. Храмы разных конфессий. Роль инородцев в жизни дореволюционного Воронежа.<br><b>Роль национальных диаспор в культурной жизни города.</b> Государственные структуры и общественные организации, ответственные за межнациональное взаимодействие: Национальная палата при губернаторе, Комитет по межнациональным отношениям Молодежного парламента Воронежской области, Общественные национальные организации. Взаимодействие департамента культуры и национальных диаспор. Роль диаспор в культурной жизни города. Роль культурных институций в укреплении национального взаимодействия. Областной фестиваль «Воронеж многонациональный». |

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины  | Виды занятий (часов) |                      |                        |       |
|-------|--|----------------------|----------------------|------------------------|-------|
|       |  | Лекции               | Семинары /пр.занятия | Самостоятельная работа | Всего |
| 1.    | Особенности региональной и муниципальной социально-культурной политики | 4                    | 8                    | 2                      | 14    |
| 2.    | Понятия «бренд», «бренд региона», формирование бренда региона          | 2                    | 6                    | 2                      | 10    |
| 3.    | Бренды в экологических проектах  | 2                    | 6                    | 2                      | 10    |
| 4.    | Бренды в краеведческом направлении социокультурных проектов            | 4                    | 4                    | 4                      | 12    |
| 5.    | Художественные бренды города   | 2                    | 4                    | 2                      | 8     |
| 6.    | Бренды в традиционной  | 2                    | 4                    | 4                      | 10    |

|    |   |           |           |           |           |
|----|---|-----------|-----------|-----------|-----------|
|    | народной культуре                                       |           |           |           |           |
| 7. | Этнические бренды как средство межнационального диалога | 2         | 4         | 2         | 8         |
|    | <b>Итого:</b>   | <b>18</b> | <b>36</b> | <b>18</b> | <b>72</b> |

#### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины предполагает не только обязательное посещение обучающимся аудиторных занятий (практических занятий) и активную работу на них, но и самостоятельную учебную деятельность в течение семестра, на которую отводится 30 часов, а также работу при подготовке к промежуточной аттестации – зачету.

Самостоятельная работа бакалавров по учебной дисциплине «Организационно-управленческие особенности региональной культуры» предполагает изучение, конспектирование рекомендуемой преподавателем литературы и представление материала на занятиях, а также самостоятельное освоение понятийного аппарата и выполнение ряда практических и творческих заданий, выдаваемых бакалаврам преподавателем на занятиях. В связи с тем, что большая часть часов, отведенных на дисциплину, является самостоятельной работой, от студентов требуется высокая организованность и ответственность.

Вопросы практических занятий обсуждаются на занятиях в виде устного опроса – индивидуального и фронтального, а также посредством обсуждения тематических сообщений студентов и итогов выполнения практических заданий. При подготовке к практическим занятиям обучающимся важно помнить, что их задача, отвечая на основные вопросы плана занятия и дополнительные вопросы преподавателя, показать свои знания и кругозор, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки, умение отстаивать свою профессиональную позицию. В ходе устного опроса выявляются детали, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными студентами в ходе учебных занятий. Тем самым опрос выполняет важнейшие обучающую, развивающую и корректирующую функции, позволяет студентам учесть недоработки и избежать их при подготовке к зачету.

Все выполняемые бакалаврами самостоятельно задания подлежат последующей проверке преподавателем для получения допуска к зачету.

#### Распределение заданий для самостоятельной работы по темам

| Тема  | Задание  | Форма представления задания  | Кол-во часов |
|---|--|--|--------------|
| 1. Особенности региональной и муниципальной социально-культурной политики | 1. Изучить федеральные и региональные нормативные документы управления культурой;<br>2. Выявить основные направления развития и принципы управления культурой на федеральном уровне;<br>2. Определить региональную специфику развития и модели управления культуры | Выступление и участие в дискуссии<br>Устные сообщения.<br>Рефлексивный диалог.<br>Доклады. | 2            |
| 2. Понятия «бренд», «бренд региона», формирование бренда региона          | 1. Изучить градостроительные планы города;<br>2. Проанализировать основные конструктивные принципы градостроительных планов;<br>3. Исследовать перспективы города в 5 генплане   | Выступление и участие в дискуссии<br>Устные сообщения<br>Презентации<br>Доклады.           | 2            |
| 3. Бренды в экологических проектах  | 1. Выявить взаимосвязь федеральных программ и региональных в сфере природо- и землепользования;<br>2. Исследовать региональные проекты   | Выступление и участие в дискуссии<br>Устные  | 2            |

|  |   |  |   |
|--|---|--|---|
|  | в сфере экологии;<br>3. Оценить роль общественных организаций города в экологических проектах региональной власти;  | сообщения,<br>Доклады.<br>Презентации  |   |
| 4. Бренды в краеведческом направлении социокультурных проектов | 1. Изучить этапы развития краеведения в городе;<br>2. Знать основные труды краеведов;<br>3. Выявить динамику краеведения;<br>4. Знать федеральные законы организации туристической деятельности   | Выступление и участие в дискуссии<br>Устные сообщения<br>Презентации<br>Доклады. | 4 |
| 5. Художественные бренды города                                | 1. Изучить историю региональной художественной жизни;<br>2. Представить анализ одного (по выбору магистранта) арт-проекта;<br>3. Исследовать основные тенденции городской художественной культуры   | Выступление и участие в дискуссии<br>Устные сообщения<br>Презентации<br>Доклады. | 2 |
| 6. Бренды в традиционной народной культуре                     | 1. Изучить федеральные законы поддержки традиционной народной культуры;<br>2. Изучить основные народные ремесла и промыслы Воронежской области;<br>3. Проанализировать творчество коллективов или мастеров народных ремесел (по выбору учащегося) | Выступление и участие в дискуссии<br>Устные сообщения<br>Презентации<br>Доклады. | 4 |
| 7. Этнические бренды как средство межнационального диалога     | 1. Изучить федеральные законы, освещающие принципы межнационального взаимодействия;<br>2. Изучить историю национальных диаспор в городе Воронеже;<br>3. Дать анализ регионального проекта (по выбору учащегося)                                   | Выступление и участие в дискуссии<br>Устные сообщения<br>Презентации<br>Доклады. | 2 |

### 15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

| № п/п | Источник  |
|-------|---|
| 1.    | Абдрахманова, З. Р. Имиджмейкинг в туризме [Электронный ресурс] : учеб. пособие по направлению подготовки бакалавров 100400.62 Туризм / Ю. И. Мамаева, Уфимск. гос. акад. экон. и сервиса, З. Р. Абдрахманова .— Уфа : УГАЭС, 2011 .— 64 с. — ISBN 978-5-88469-508-5 .— Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. —: <a href="https://lib.rucont.ru/efd/228549">https://lib.rucont.ru/efd/228549</a> |
| 2.    | Артеменко, О. Н. Теоретические аспекты брендинга в сфере туризма и гостеприимства [Электронный ресурс] : [монография] / К. С. Глобов, Ин-т экономики, упр. и права (г. Казань), О. Н. Артеменко .— Казань : Познание, 2011 .— 80 с.— ISBN 978-5-903486-05-2 .— Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. —: <a href="https://lib.rucont.ru/efd/242701">https://lib.rucont.ru/efd/242701</a>          |

б) дополнительная литература:

| № п/п | Источник  |
|-------|---|
| 1.    | Арженковский, И.В. Маркетинг регионов [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И.В. Арженковский .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015 .— 136 с. : ил. — ISBN 978-5-238-02219-2 .— Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. —: <a href="https://lib.rucont.ru/efd/352174">https://lib.rucont.ru/efd/352174</a> |
| 2.    | Бекашев, Д.К. Международно-правовое регулирование вынужденной и трудовой миграции [Электронный ресурс] : монография / Д.В. Иванов, Д.К. Бекашев .— М. : Проспект, 2014 .—   |

|     |  |
|-----|--|
|     | 392 с. — ISBN 978-5-392-13411-3 .— Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — <a href="https://lib.rucont.ru/efd/667319">https://lib.rucont.ru/efd/667319</a>  |
| 3.  | Данилов, А. Ю. Региональные туристские ресурсы России. Ч. I [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ярослав. гос. ун-т им. П. Г. Демидова, А. Ю. Данилов .— Ярославль : ЯрГУ, 2012 .— 122 с. — Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — <a href="https://lib.rucont.ru/efd/237859">https://lib.rucont.ru/efd/237859</a>   |
| 4.  | Дворецкая, А.П. Конфессиональная история России XX-XXI вв. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.А. Ипеева, О.В. Коновалова, А.П. Дворецкая .— Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017 .— 193 с.. — ISBN 978-5-7638-3695-0 .— Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — <a href="https://lib.rucont.ru/efd/664715">https://lib.rucont.ru/efd/664715</a>  |
| 5.  | Девятова, Т.А. Учебная практика по созданию сети экологических маршрутов в Ботаническом саду им. проф. Б.М. Козо-Полянского Воронежского государственного университета [Электронный ресурс] / В.Н. Калаев, А.А. Воронин, Л.А. Лепешкина, Т.А. Девятова .— Воронеж : Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2012 .— 50 с. — Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — <a href="https://lib.rucont.ru">https://lib.rucont.ru</a> |
| 6.  | Демченко, С.Г. Проблемы и перспективы развития регионального туризма в России [Электронный ресурс] / И.С. Кабиров, С.Г. Демченко .— Казань : Познание, 2011 .— 192 с. — ISBN 978-5-8399-0369-2 .— Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — <a href="https://lib.rucont.ru/efd/208333">https://lib.rucont.ru/efd/208333</a>   |
| 7.  | Захаров, К. М. Речевая коммуникация в туризме [Электронный ресурс] : учеб. пособие / К. М. Захаров .— М. : ФЛИНТА, 2013 .— 212 с. — ISBN 978-5-9765-1703-5 .— Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — <a href="https://lib.rucont.ru/efd/246413">https://lib.rucont.ru/efd/246413</a>   |
| 8.  | Киреева, Ю.А. Основы туризма [Электронный ресурс] : учеб.-практ. пособие / Ю.А. Киреева .— 2-е изд., стер. — М. : Советский спорт, 2010 .— 108 с. — ISBN 978-5-9718-0497-0 .— Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — <a href="https://lib.rucont.ru/efd/271117">https://lib.rucont.ru/efd/271117</a>   |
| 9.  | Карасёва, Т. В. Воронежское лингвокраеведение в аспектах славянской филологии [Электронный ресурс] : Часть 1. Ойконимия Воронежской области / Т. В. Карасёва .— Воронеж : Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2011 .— 36 с. — Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — <a href="https://lib.rucont.ru/efd/213274">https://lib.rucont.ru/efd/213274</a>   |
| 10. | Качмарек, Я. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление = Produktturystyczny [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. Стасяк, Б. Влодарчик, пер.: И.Д. Рудинский, Я. Качмарек .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015 .— 496 с.— ISBN 978-5-238-01409-8 (рус.).—Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — <a href="https://lib.rucont.ru/efd/352671">https://lib.rucont.ru/efd/352671</a>  |
| 11. | Корабейников, И.Н. Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоения территорий : учеб. пособие / Ю.Е. Холодилина; Оренбургский гос. ун- т; И.Н. Корабейников .— Оренбург : ОГУ, 2016 .— 103 с.— ISBN 978-5-7410-1415-8 .— URL: <a href="https://lib.rucont.ru/efd/468910">https://lib.rucont.ru/efd/468910</a> (дата обращения: 12.06.2021)   |
| 12. | История Воронежской региональной школы почвоведов [Электронный ресурс] / А.Б. Беляев .— Воронеж : Издательский дом Воронежского государственного университета, 2014 .— 68 с. — Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://lib.rucont.ru/efd/295816">https://lib.rucont.ru/efd/295816</a>   |
| 13. | Историко-культурное наследие Воронежа : материалы Свода памятников истории и культуры Российской Федерации / Рос. ин-т культурологии, Гос. инспекция охраны ист.-культур. наследия Воронеж. обл. — Воронеж : Центр духовного возрождения Черноземного края, 2009 .— 574с.  |
| 14. | Кружок любителей книги "Воронежский библиофил" (1972-2002 : Хроника заседаний / Воронеж.гос. ун-т. Науч. б-ка; Сост. Н. Е. Агупова, Н. В. Свиридова; Ред. и авт. вступ. ст. О. Г. Ласунский, С. В. Янц .— Воронеж, 2002 .— 54 с. Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/znb/z50014.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/znb/z50014.pdf</a> .   |
| 15. | Школьное краеведение и туризм : учебно-методическое пособие / Воронеж. гос. ун-т; сост.: А.И. Нестеров, В.В. Свиридов .— Воронеж : ЛОП ВГУ, 2006-. Ч. 1 .— 2006 .— 47 с.Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/sep06008.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/sep06008.pdf</a>  |
| 16. | Социально-культурные аспекты миграции / Е.И. Якушкина .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2017 .— 31 с. — 31 с. — Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — <a href="https://lib.rucont.ru/efd/702362">https://lib.rucont.ru/efd/702362</a>  |

в)базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

| п/п | Источники   |
|-----|---|
| 1.  | Полнотекстовая база «Университетская библиотека» – образовательный ресурс. – URL: <a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a> .   |
| 2   | Социальные и гуманитарные науки. Философия и социология :Библиогр. база данных. 1981–2014 гг. / ИНИОН РАН. – М., 2015. – (CD–ROM).                    |
| 3   | Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru">http://www.lib.vsu.ru</a> . |
| 4   | «Электронный университет ВГУ» – Moodle: URL: <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=9752">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=9752</a>      |

## 16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

| п/п | Источники  |
|-----|--|
| .   | История Воронежской региональной школы почвоведов [Электронный ресурс] / А.Б. Беляев .— Воронеж : Издательский дом Воронежского государственного университета, 2014 .— 68 с. — Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://lib.rucont.ru/efd/295816">https://lib.rucont.ru/efd/295816</a> |
| .   | Киреева, Ю.А. Основы туризма [Электронный ресурс] : учеб.-практ. пособие / Ю.А. Киреева .— 2-е изд., стер. — М. : Советский спорт, 2010 .— 108 с. — ISBN 978-5-9718-0497-0 .— Текст электронный // РУКОНТ : электронно-библиотечная система. — : <a href="https://lib.rucont.ru/efd/271117">https://lib.rucont.ru/efd/271117</a>     |
| .   | Электронный каталог научной библиотеки Воронежского государственного университета. – ( <a href="http://www.lib.vsu.ru/">http://www.lib.vsu.ru/</a> ).  |

## 17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

При реализации дисциплины используются следующие образовательные технологии: логическое построение дисциплины, установление межпредметных связей, обозначение теоретического и практического компонентов в учебном материале, актуализация личного и учебно-профессионального опыта обучающихся. Применяются разные типы лекций (вводная, обзорная, информационная, проблемная), семинарских занятий (проблемные, дискуссионные и др.). На занятиях используются следующие интерактивные формы: групповое обсуждение, работа в микрогруппах, мозговой штурм и др.

Применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии в части освоения материала лекционных, и практических занятий, самостоятельной работы по отдельным разделам дисциплины, прохождения текущей и промежуточной аттестации. Студенты используют электронные ресурсы портала «Электронный университет ВГУ» – Moodle: URL:<http://www.edu.vsu.ru/>, а именно электронный курс «Особенности региональной культуры» (URL: <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=9433>).

Для реализации учебной дисциплины используются следующие информационные технологии, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы:

Прикладной пакет программ статистического анализа данных (начального уровня) StatisticaBasicAcademic 13.0 forWindowsRu (локальная версия на 15 пользователей). Контракт № 3010-07/41-20 от 23.06.2020 с ООО «РУССКИЙ ИНТЕГРАТОР» (Воронеж), бессрочная лицензия для локальной установки.

Прикладной пакет программ статистического анализа данных (углубленного уровня) StatisticaUltimateAcademic 13.0 forWindowsRu (локальная версия на 11 пользователей). Контракт № 3010-07/41-20 от 23.06.2020 с ООО «РУССКИЙ ИНТЕГРАТОР» (Воронеж), бессрочная лицензия для локальной установки.

ПО Интерактивное учебное пособие «Наглядная математика». Контракт № 3010-07/22-16 от 23.03.2016 с ООО «Информационные технологии» (ООО «Интех», Воронеж); бессрочный.

Аппаратно-программный психодиагностический комплекс «Мультитсихометр». Контракт № 3010-07/44-20 от 29.06.2020 с ООО «РУССКИЙ ИНТЕГРАТОР» (Воронеж); бессрочный.

Программный комплекс «PsychometricExpert–9 Practic+ версии» (на 15 пользователей). Контракт № 3010-07/41-20 от 23.06.2020 с ООО «РУССКИЙ ИНТЕГРАТОР» (Воронеж), неисключительные (пользовательские) лицензионные права, бессрочная лицензия.

WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm. Договор №3010-07/37-14 от 18.03.2014 с ООО «Перемена» (Воронеж); бессрочная лицензия.

Неисключительная лицензия на ПО MicrosoftOfficeProPlus 2019 RUS OLP NL Acdmс. Договор №3010-16/24-19 от 01.04.2019 с ООО «БалансСофт Проекты» (Ульяновск); бессрочный.

Программы для ЭВМ МойОфис Частное Облако. Лицензия Корпоративная на пользователя для образовательных организаций. Договор №3010-15/972-18 от 08.11.2018 с АО «СофтЛайн Трейд» (Москва); лицензия бессрочная.

Справочная правовая система «Консультант Плюс» для образования, версия сетевая. Договор о сотрудничестве №14-2000/RD от 10.04.2000 с АО ИК «Информсвязь-Черноземье» (Воронеж); бессрочный.

Справочная правовая система «Гарант – Образование», версия сетевая. Договор о сотрудничестве №4309/03/20 от 02.03.2020 с ООО «Гарант-Сервис» (Воронеж); бессрочный.

## **18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

Мультимедийная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (г. Воронеж, проспект Революции, д. 24, ауд. 303): Специализированная мебель, 15 ПК на базе процессора IntelCor 2 Duo.

Лаборатория практической психологии для проведения занятий семинарского типа, помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (г. Воронеж, проспект Революции, д.24, ауд. 307/4): специализированная мебель, аппаратно-программный психодиагностический комплекс «Мультитсихометр», программный комплекс «PsychometricExpert–9 Practic+ версии», компьютерные психодиагностические методики (Методика экспресс-диагностики Мороз, Методика экспресс-диагностики Сигнал и др.). компьютер Samsung, компьютер LG Plitron, ноутбук Lenovo 640, ноутбук ASUS X51RL, ноутбук HP Probook 450 G6, мультимедиапроектор NEC NP64340, мультимедиапроекторSanjo PLS-SW 35, принтер HP LaserJet 1300, сканер HewlettPackard, экран для проектора.

Компьютерный класс (кабинет информационных технологий №2) для проведения индивидуальных и групповых консультаций, аудитория для самостоятельной работы, помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (г. Воронеж, проспект Революции, д. 24, ауд. 303): специализированная мебель, 15 персональных компьютеров CORE I5-8400 / B365M PRO4 / DDR4 8GB / SSD 480GB / лазерное HP LaserJetPro M28w(W2G55A). DVI/HDMI/VGA/450Вт / Win10pro / GW2480, интерактивная панель Lumien, 72", МФУ

## **19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций**

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

### **19.1 Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения:**

| Код и содержание компетенции (или ее части) | Планируемые результаты обучения (показатели) | Этапы формирования компетенции (разделы дисциплины) (темы) | ФОС (средства оценивания) |
|---|--|--|---------------------------|
|---|--|--|---------------------------|

|   |  |                               |  |
|---|--|-------------------------------|--|
|   | достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)   | или модуля и их наименование) |  |
| ПК-3 - готовность вести научные исследования, соблюдая все принципы академической этики, и готовностью осознавать личную ответственность за цели, средства, результаты научной работы | <b>Знать</b> основы организации, поддержки, стимулирования, коррекции межличностных контактов, общения (в том числе в поликультурной среде), совместной деятельности в группе, <b>уметь</b> формулировать новые цели философских исследований; <b>владеть</b> навыками организации взаимодействия специалистов для достижения цели проводимого научного исследования | Раздел 1, 2                   | Практические задания; текущая аттестация, промежуточная аттестация |
| ПК-4 владением методами научного исследования, способность формулировать новые цели и достигать новых результатов в соответствующей предметной области                                | <b>Знать:</b> основные методы и приемы работы теоретической и эмпирической научной информации; <b>уметь:</b> применять методологическое знание на практике в профессиональной деятельности; <b>владеть:</b> основными категориями и концепциями, связанными с профессиональной деятельностью.  | Раздел 1, 2                   | Практические задания; текущая аттестация, промежуточная аттестация |

## 20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в форме презентаций студентов.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования. Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний.

### 20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Презентации и доклады учащихся по самостоятельно сформулированным темам.

Критерии оценки компетенций (результатов обучения) при текущей аттестации:

- оценка «отлично» выставляется, если презентация раскрывает уверенное знание студентом понятий, законов, закономерностей, принципов, фактов, содержащихся в конкретных материалах по теме; высокую сформированность у него аналитико-синтетических операций и их успешное применение при изложении изучаемого материала; умение использовать теоретические знания при трактовке и объяснении практических ситуаций, а также представлять собственную профессиональную позицию;
- оценка «хорошо» выставляется, если презентация раскрывает достаточное знание студентом понятий, законов, закономерностей, принципов, фактов, содержащихся в конкретных материалах по теме; хорошую сформированность у него аналитико-синтетических операций и в целом их адекватное применение при изложении изучаемого материала; хорошо или недостаточно сформированное умение использовать теоретические знания при трактовке и объяснении практических ситуаций, а также недостаточную ясность собственной профессиональной позиции;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если презентация демонстрирует недостаточную полноту и глубину ответов, в которых студентом продемонстрирован необходимый минимум знаний понятий, законов, закономерностей, принципов, фактов, содержащихся в конкретных материалах по теме; слабая сформированность у него аналитико-синтетических операций, затруднения в их применении при изложении изучаемого материала; фрагментарное использование теоретических знаний при трактовке и объяснении практических ситуаций, несформированность собственной профессиональной позиции;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если презентация не подготовлена или демонстрирует незнание или поверхностное знание студентов понятий, законов, закономерностей, принципов, фактов, содержащихся в конкретных материалах по теме; несформированность у него аналитико-синтетических операций; неумение использовать теоретические знания при трактовке и объяснении практических ситуаций, несформированность собственной профессиональной позиции.

Количественная шкала оценок:

- оценка «отлично» выставляется, если презентация безошибочна;
- оценка «хорошо» выставляется, если безошибочно выполнено не менее 66% и не более 79% заданий презентации, качество решения соответствует критериям оценки «отлично» или «хорошо»;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если безошибочно выполнено не менее 50% и не более 65% заданий презентации, качество решения которых соответствует критериям оценки «хорошо» или «удовлетворительно»;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если безошибочно выполнено менее 50% заданий презентации, качество решения которых соответствует критериям оценки «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

## 20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

**Перечень вопросов к промежуточной аттестации – зачету:**

| № | Вопросы к промежуточной аттестации                                     |
|---|--|
| 1 | Особенности региональной и муниципальной социально-культурной политики |
| 2 | Федеральные урбанистические программы                                  |
| 3 | Региональные урбанистические программы                                 |

|    |  |
|----|--|
| 4  | Общественные организации: история и современность                            |
| 5  | Понятия «бренд», «бренд региона»   |
| 6  | Механизмы формирования брендов региона                                       |
| 7  | Субъекты и объекты политики создания брендов региона.                        |
| 8  | Бренды в экологических проектах  |
| 9  | Экологические проекты в градостроительной практике Воронежа                  |
| 10 | Бренды в краеведческом направлении социокультурных проектов                  |
| 11 | Историко-культурное наследие Воронежа  |
| 12 | Краеведение как ресурс брендинга города                                      |
| 13 | Художественные бренды города   |
| 14 | Арт-проекты муниципальных отделов культуры, музеев и галерей                 |
| 15 | Народные ремесла в системе традиционной культуры города                      |
| 16 | Традиционная культура как средство повышения туристической привлекательности |
| 17 | Этнические бренды как средство межнационального диалога                      |
| 18 | История взаимодействия национальных культур в городе.                        |
| 19 | Роль национальных диаспор в культурной жизни города                          |
| 20 | Бренды в традиционной народной культуре                                      |

### Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на зачете используются следующие **показатели**:

1) знание учебного материала и категориального аппарата (верное и глубокое изложение понятий, фактов, закономерностей) философии;

2) знание философской методологии и умение связывать теоретические положения с областями их практического применения;

3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;

4) умение излагать материал в процессе ответа логически последовательно, профессионально грамотно, иллюстрировать ответ историко-философскими примерами, делать полные и обоснованные выводы;

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется 2-балльная **шкала**: «зачтено», «не зачтено».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения:

| Критерии оценивания компетенций   | Уровень сформированности компетенций         | Шкала оценок      |
|---|--|-------------------|
| А. Оценка «зачтено» выставляется, если в работе представлены развернутые, обоснованные, логично выстроенные ответы, отражающие знание обучающегося как основной, так и дополнительной литературы по дисциплине; владение обучающимся научной терминологией. Обучающийся демонстрирует способность использовать теоретические знания при выполнении практических заданий в области научно-исследовательской деятельности; способность иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований; владение способами анализа, обобщения, установления причинно-следственных связей в научно-исследовательской деятельности.<br>Б. В отдельных случаях может допускать незначительные ошибки в представлении теоретических заданий, не в полной мере демонстрирует понимание причинно-следственных связей при выполнении практических заданий. | <i>Повышенный (А) и пороговый (Б) уровни</i> | <i>Зачтено</i>    |
| Оценка «не зачтено» выставляется, если в работе представлены фрагментарные, нелогичные ответы, не отражающие знание обучающегося как основной, так и дополнительной литературы по дисциплине; невладение научной терминологией. Обучающийся   | -  | <i>Не зачтено</i> |

|   |  |  |
|---|--|--|
| не демонстрирует умение использовать теоретические знания при выполнении практических заданий в области научно-исследовательской деятельности. Допускает ошибки в представлении теоретических заданий, не демонстрирует понимание причинно-следственных связей при выполнении практических заданий. |  |  |
|---|--|--|

### Форма контрольно-измерительного материала

УТВЕРЖДАЮ  
Зав. кафедрой истории  
философии и культуры  
\_\_\_\_\_ Д.Г. Кукарников

20.05.2024

Направление подготовки: 51.04.01 культурология  
Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Культурный бренд региона  
Курс: 2  
Форма обучения: очная  
Вид аттестации: промежуточная  
Вид контроля: зачет

### Контрольно-измерительный материал № 1

1. Особенности региональной и муниципальной социально-культурной политики
2. Художественные бренды города

Доцент \_\_\_\_\_ Серебрякова Е. Г.

**ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ**  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Направление 51.04.01 Культурология

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 Культурный бренд региона

Профиль подготовки Организация и управление в культурных индустриях

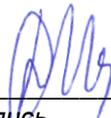
Форма обучения очная

Учебный год 2024/2025

---

Ответственный исполнитель

Зав. кафедрой истории  
философии и культуры  
должность, подразделение

  
\_\_\_\_\_ *подпись*

Кукарников Д.Г. 20.05.2024  
*расшифровка подписи*

Исполнители

Доц. кафедры истории  
философии и культуры  
должность, подразделение

\_\_\_\_\_ *подпись*

Серебрякова Е. Г. 20.05.2024  
*расшифровка подписи*

согласовано

Куратор ООП ВПО

по направлению/ специальности \_\_\_\_\_  
*подпись* *расшифровка подписи*

Дьякова Т. А. 20.05.2024

Зав. отделом обслуживания ЗНБ \_\_\_\_\_  
*подпись* *расшифровка подписи*

Васильченко Л.В. 20.05.2024

---

РЕКОМЕНДОВАНА Научно-методическим советом факультета философии и психологии, протокол от 1400-05 от 29.05.2024 г.