

Федеральное государственное бюджетное научное учреждение
«Кабардино-Балкарский институт гуманитарных исследований»

Кафедра Отечественной истории и этнологии

ПРИНЯТО

«УТВЕРЖДАЮ»

На заседании Ученого совета КБИГИ

Директор КБИГИ

«10» сентября 2015 г.
Протокол № 6

Д.С.Ф. Дзамихов/
«10» сентября 2015 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.1 «Этнокультурный брендинг как объект этнологических исследований»

Направление подготовки – 46.06.01 Исторические науки и археология
(уровень подготовки кадров высшей школы)

Направленность программы – 07.00.07 Этнография, этнология и антропология

Форма обучения – очная

Нальчик 2015

Рабочая программа дисциплины «Этнокультурный брендинг как объект этнологических исследований» /сост. З.М. Кешева. – Нальчик: ФГБНУ КБИГИ, 2015. – 12 с.

Рецензент: кандидат исторических наук А.Х. Абазов

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки научно-педагогических кадров 46.06.01 Исторические науки и археология (уровень подготовки кадров высшей школы) (Приказ Минобрнауки России от 30.07.2014, N 904).

Рабочая программа обсуждена на кафедре Отечественной истории и этнологии КБИГИ.

Протокол № 1 от «2» сентября 2015 г.

Автор

З.М. Кешева

З.М. Кешева

Заведующий кафедрой

А.Х. Абазов

А.Х. Абазов

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи освоения дисциплины.
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
3. Требования к результатам освоения дисциплины.
4. Содержание и структура дисциплины.
 - 4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы
 - 4.2. Содержание дисциплины.
5. Образовательные технологии.
6. Оценочные средства для контроля успеваемости и текущей аттестации.
7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.
8. Материально-техническое обеспечение.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целями изучения дисциплины является формирование у аспирантов

- формирование у аспирантов компетенций, предусмотренных требованиями к содержанию подготовки по профилю;
- формирование навыков междисциплинарного подхода к изучаемым феноменам;
- совершенствование имеющихся у студентов навыков гуманитарного мышления (рефлексивного, «нелинейного» и интерпретирующего) посредством овладения специальными методиками культурологического анализа;
- формирование установки на последующее самостоятельное изучение аспирантом проблемы современной культуры;
- формирование установки на вдумчивое отношение к социокультурному контексту современного общества, а также навыков использования культурологической методологии для объяснения этнокультурного брендинга малых территорий.

Цели достигаются решением следующих основных задач;

- формирование у аспирантов общего представления о специфике гуманитарного познания;
- введение в активный словарный запас аспиранта как общеупотребительной в гуманитаристике научной лексики, так и специальной культурологической;
- формирование общего представления об особенностях культурологического знания (концепции, проблемы, понятийно-категориальный аппарат, методы);
- пробуждение интереса к выявлению оснований как гуманитарного знания в целом (включая его фундаментальные и операциональные аспекты), так и конкретных гуманитарных концепций;
- повышение общей культуры, уровня общей гуманитарной образованности аспирантов.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина по выбору аспиранта вариативной части Б1.В.ДВ.1 «Этнокультурный брендинг как объект этнологических исследований».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

А) общепрофессиональные компетенции:

- самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность в соответствующей профессиональной деятельности с использованием

современных методов исследования и информационно-коммуникационных технологий (ОПК-1);

Б) универсальные компетенции:

- способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе и в междисциплинарных областях (УК-1).

В) профессиональные компетенции:

- способность к самостоятельному проведению источниковедческого и историографического анализа в ходе научно-исследовательской деятельности по проблемам отечественной этнологии и этнографии (ПК-2);

- способность интегрировать результаты научно-исследовательской деятельности с преподавательской деятельностью по основным образовательным программам высшего образования (ПК-5).

3.2. Требования к результатам освоения содержания дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- исходные понятия и термины культурологии;
 - характеристики основных этапов развития культуры в истории общества и особенностей формирования этнокультурных брендов малых территорий России;

- историю культуры России.

УМЕТЬ:

- выделять теоретические, прикладные, ценностные аспекты культурологического знания, применять их для обоснования практических решений, касающихся как повседневной жизни, так и профессиональной области;

- формировать и обосновывать личную позицию по отношению к проблемам культуры и этнокультурным брендам;

- активно участвовать в охране и использовании этнокультурных брендов России.

ВЛАДЕТЬ:

- навыками практического использования полученных знаний по учебному курсу в различных условиях деятельности;

- навыками работы с источниками информации: литературой, электронными носителями в области культурологии;

- навыками получения дополнительных стимулов к развитию личности расширить свой культурный кругозор путем знакомства с достижениями культуры разных стран и народов.

4. Содержание и структура дисциплины

4.1. Структура дисциплины

Вид работы	Семестр			Всего
	3			
Общая трудоёмкость, акад. часов	108			108
Аудиторная работа:				
Лекции, акад. часов	18			18
Семинары, акад. часов	18			18
Лабораторные работы, акад. часов				
Самостоятельная работа, акад. часов	72			72
Вид итогового контроля (зачёт, экзамен)	Зачет			Зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

№ раздела	Наименование раздела	Количество часов					Форма текущего контроля
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Лекции	Семинары	Лаб. работы		
1	Теоретический аспект изучения этнокультурного бренда	36	6	6		24	Опрос, контрольная работа
2	Условия и факторы формирования этнокультурного бренда в Кабардино-Балкарии	24	4	4		16	Опрос, контрольная работа
3	Курортно-рекреационный комплекс Кабардино-Балкарии и потенциалы его брендинга	24	4	4		16	Опрос, контрольная работа
4	Развитие этнокультурного бренда как фактор укрепления этнокультурной идентичности народов	24	4	4		16	Опрос, контрольная работа

	Кабардино-Балкарии в условиях глобализации						
--	--	--	--	--	--	--	--

Программа курса:

Тема 1. Теоретический аспект изучения этнокультурного бренда.

Понятия «этнокультура» и «бренд» и их теоретико-методологические значения. Сущность и функции бренда как социально-культурного явления. Сервис и услуга – главные составляющие этнокультурного бренда: проблема менеджмента. Диалектика этнокультурного бренда и экономического развития. Брендинг и проблемы этнического самосохранения в условиях глобализации

Тема 2. Условия и факторы формирования этнокультурного бренда в Кабардино-Балкарии.

Специфика и особенности административно-территориального устройства КБР. Общая характеристика природно-географических ресурсов. Состояние и тенденции демографического развития. Традиционная культура кабардинцев и балкарцев как «субъект» и «объект» этнокультурного бренда.

Тема 3. Курортно-рекреационный комплекс Кабардино-Балкарии и потенциалы его брендинга.

Состояние и направления развития сферы рекреационного обслуживания в Кабардино-Балкарии. Курортно-рекреационный комплекс Кабардино-Балкарии как главный источник повышения инвестиционного климата республики. Брендинг курортно-рекреационного комплекса Кабардино-Балкарии как главное направление в формировании положительного образа и имиджа республики. Проблемы и перспективы брендинга курортно-рекреационной сферы.

Тема 4. Развитие этнокультурного бренда как фактор укрепления этнокультурной идентичности народов Кабардино-Балкарии в условиях глобализации

Вызовы глобализационных процессов современности и проблемы этнокультурного развития кабардинцев и балкарцев. Телевидение как объект брендинга и фактор этнокультурного развития народов Кабардино-Балкарии. Газеты и журналы как объект брендинга и фактор

этнокультурного развития народов Кабардино-Балкарии. Интернет как объект брендинга и фактор этнокультурного развития народов Кабардино-Балкарии. Музеи как объект брендинга и фактор этнокультурного развития народов Кабардино-Балкарии.

5. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины наряду с лекциями классического типа используются также следующие активные и интерактивные формы проведения занятий: лекции в диалоговом режиме, разбор конкретных ситуаций.

Разбор конкретных ситуаций предполагает, к примеру, демонстрацию на примере определенной науки специфику применения общенаучных методов, этапов развития науки, структуру научного знания и т.п.

Лекции в диалоговом режиме предполагают обсуждение актуальных проблем, которые предварительно формулируются преподавателем.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

6.1 Перечень вопросов к зачету

1. Понятия «этнокультура» и «бренд» и их теоретико-методологические значения.
2. Сущность и функции бренда как социально-культурного явления.
3. Сервис и услуга – главные составляющие этнокультурного бренда: проблема менеджмента.
4. Диалектика этнокультурного бренда и экономического развития.
5. Брендинг и проблемы этнического самосохранения в условиях глобализации.
6. Специфика и особенности административно-территориального устройства КБР.
7. Общая характеристика природно-географических ресурсов.
8. Состояние и тенденции демографического развития.
9. Традиционная культура кабардинцев и балкарцев как «субъект» и «объект» этнокультурного бренда.
10. Состояние и направления развития сферы рекреационного обслуживания в Кабардино-Балкарии.
11. Курортно-рекреационный комплекс Кабардино-Балкарии как главный источник повышения инвестиционного климата республики.
12. Брендинг курортно-рекреационного комплекса Кабардино-Балкарии как главное направление в формировании положительного образа и имиджа республики.

13. Проблемы и перспективы брендинга курортно-рекреационной сферы.

14. Вызовы глобализационных процессов современности и проблемы этнокультурного развития кабардинцев и балкарцев.

15. Телевидение как объект брендинга и фактор этнокультурного развития народов Кабардино-Балкарии.

16. Газеты и журналы как объект брендинга и фактор этнокультурного развития народов Кабардино-Балкарии.

17. Интернет как объект брендинга и фактор этнокультурного развития народов Кабардино-Балкарии.

18. Музеи как объект брендинга и фактор этнокультурного развития народов Кабардино-Балкарии.

6.2 Фонд оценочных средств текущего контроля успеваемости

6.2.1 К числу наиболее значимых критериев оценивания знаний, умений относятся:

- умение извлекать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из теоретических, научных, справочных, энциклопедических источников;

- умение самостоятельно решать проблему на основе существующих методов, приемов, технологий;

- умение ясно, четко, логично и грамотно излагать собственные размышления, делать умозаключения и выводы;

- умение пользоваться ресурсами глобальной сети (Интернет);

- умение пользоваться нормативными документами;

- умение создавать и применять документы, связанные с профессиональной деятельностью;

- умение определять, формулировать проблему и находить пути ее решения;

- умение анализировать современное состояние отрасли, науки и техники;

- умение самостоятельно принимать решения на основе проведенных исследований;

- умение создавать содержательную презентацию выполненной работы.

6.2.2 К основным критериям оценивания компетенций относятся:

- способность эффективно работать самостоятельно и в команде;

- способность к профессиональной и социальной адаптации;

- способность понимать и анализировать социальные, экономические и экологические последствия своей профессиональной деятельности;

- готовность к постоянному развитию;

- способность использовать широкие теоретические и практические знания в рамках специализированной части какой-либо области;

- способность интегрировать знания из новых или междисциплинарных областей для исследовательского диагностирования проблем;
- способность демонстрировать критический анализ, оценку и синтез новых сложных идей;
- способность оценивать свою деятельность и деятельность других;
- способность последовательно оценивать собственное обучение и определять потребности в обучении для его продолжения.

6.2.3 Критерии оценивания:

- Знания, умения, навыки аспирантов оцениваются оценками: "зачтено", "незачтено". Эти оценки проставляются в аттестационную ведомость.
- Оценка «зачтено» выставляется аспиранту, который знание основного материала по дисциплине.
- Оценка «незачтено» выставляется аспиранту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «незачтено» ставится аспирантам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Лурье С.В. Историческая этнология: Учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 1997. 446 с.
2. Этнология: Учебник для вузов / Э.Г. Александренков, Л.Б. Заседателева, Ю.И. Зверева и др. М.: Наука, 1994. 383 с.
3. Этнометодология: проблемы, подходы, концепции / РАН. Рос. НИИ Культур. и природ. наследия. М., 1994. Вып. 1. 128 с.
4. Ясперс К. Смысл и назначение истории /Пер. с нем. 2-е изд. М.: Республика, 1994. 527 с. (Мыслители XX века).

7.2 Дополнительная литература:

1. Абазов А.Х. Нальчикский горский словесный суд в судебной системе Терской области в последней трети XIX – начале XX в. // Вопросы истории. 2014. № 12. С. 141–148.
2. Абазова М.М. Речь кабардино-черкесской диаспоры в Турции. Нальчик, 2014. – 136 с.
3. Андреева И., Голубкова Н., Новикова Л. Молодежная субкультура: нормы и система ценностей // Социологические исследования . – 1989, № 4.
4. Борзова Е.П. История мировой культуры. – СПб., 2004.

5. Данилевский Н.Я. Россия и Европа. – М., 1991.
6. Ильин В.А. Постмодернизм. – М., 1997.
7. История мировой культуры /Под ред. Г.В.Драч/ - Ростов-на-Дону, 2000.
8. Кажаров В.Х. Избранные труды по истории и этнологии адыгов. Нальчик, 2014.
9. Кешева З.М. Танцевальная и музыкальная культура кабардинцев во второй половине XX века. Нальчик, 2005. - 168 с.
10. Культурология. XX век: Антология /Отв. ред. С.Я.Левит, Л.Т.Мильская/ - М., 1995.
11. Лавров Л.И. Избранные труды по культуре абазин, адыгов, карачаевцев, балкарцев / Отв. ред. Б.Х. Бгажноков, А.Х. Абазов. Нальчик: ГП КБР «Полиграфкомбинат им. Революции 1905 г.», 2009. – 556 с.
12. Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре. – М., 1994.
13. Мареева Е.В. Культурология. Теория и история культуры . – М.. 2008.
14. Марков А.П. Отечественная культура как предмет культурологии. – СПб., 1996.
15. Срабова О.Ю. Древний мир. Первобытное общество. Месопотамия. Древний Египет. Эгейский мир. Древняя Греция. Древний Рим. – СПб., 2002.
16. Хрестоматия по истории государства и права Кабардино-Балкарской Республики. Нальчик, 2015.

7.3 Справочная литература:

1. Энциклопедии по искусству (любое издание).
2. Энциклопедические словари по культурологии (любое издание).
3. Словари по философии (любое издание).

7.4 Интернет-ресурсы

<http://www.lib.ru/CULTURE>
www.kultura-portal.ru
www.liart.ru
<http://www.russianculture.ru/>
<http://www.russianculture.ru/>
<http://www.edu.ru/>
www.artap.ru
<http://infoculture.rsl.ru/>
<http://www.library.ru>
www.google.com
www.yahoo.com

8. Материально-техническое обеспечение

Лекционные и семинарские занятия проводятся в специализированной аудитории, по адресу: КБР, г. Нальчик, ул. Пушкина, д. 18, каб. № 40 .