

ДЕПАРТАМЕНТ СПОРТА ГОРОДА МОСКВЫ

Государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования города Москвы  
«Московский государственный университет спорта и туризма»  
(ГАОУ ВО МГУСиТ)

СОГЛАСОВАНО

Проректор

 А.М. Каткова

«28» 08 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор института индустрии  
туризма и гостеприимства

 А.А. Иванцов

«28» 08 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

*Б1.О.04.05 Экономика впечатлений*

направление подготовки: 43.03.02 Туризм  
направленность (профиль): Технологии туроператорской и турагентской деятельности

Форма обучения	очная	заочная
Общая трудоемкость (в акад. часах / ЗЕ)	144 час. / 4 ЗЕ	
Курс	IV	IV
Учебный семестр	7	8
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой	

Москва, 2023

Настоящая рабочая программа учебной дисциплины устанавливает требования к результатам обучения студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Рабочая программа дисциплины (РПД) «Экономика впечатлений» (2020 год набора) составлена на основании ФГОС высшего образования 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «08» июня 2017 г. № 516, основной профессиональной образовательной программы и учебного плана ГАОУ ВО МГУСиТ по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, «Технология и организация турагентских и туроператорских услуг».

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину и студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, «Технологии туроператорской и турагентской деятельности».

**Разработчик(и) рабочей программы:**

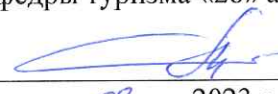
Профессор кафедры туризма  
д-р. экон. наук, профессор

  
«28» / 08 2023 г.

Д.Н. Ермаков

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры туризма «28» августа 2023 г., протокол № 1.

И.о. заведующего кафедрой  
туризма, канд. пед. наук, доцент

  
«28» / 08 2023 г.

А.М. Каткова

**СОГЛАСОВАНО:**

Начальник отдела  
методического обеспечения и  
контроля качества  
образовательного процесса

  
«28» / 08 2023 г.

О.В. Федорова

Специалист по УМР отдела  
обеспечения и контроля  
качества образовательного  
процесса

  
«28» / 08 2023 г.

О.В. Крылова





## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цель

Целью освоения дисциплины «Экономика впечатлений» является формирование у студентов компетенций, позволяющих самостоятельно осуществлять трудовую деятельность на всех этапах формирования и реализации турпродукта в рамках туроператорской и турагентской деятельности.

**Задачи**, решаемые в процессе преподавания учебной дисциплины:

1. овладение методами оценки туристских рынков;
2. приобретение навыков разработки инновационных турпродуктов и их продвижение в рамках экономики впечатлений;
3. освоение современных методов продвижения туристских услуг, ориентированных на ощущения потребителя;
4. формирование стратегии и операционных механизмов эффективных продаж туристских услуг с использованием экономики впечатлений.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Б1.О.04.05 Экономика впечатлений изучается обучающимися в рамках изучается в рамках четвертого модуля Б1.О.04. Технологического модуля обязательной 1 части ООП ВО в 7 учебном семестре и завершается промежуточными аттестациями в форме зачета с оценкой.

Изучение дисциплины «Экономика впечатлений» осуществляется на основе логической и содержательно-методической взаимосвязи с дисциплинами этого же модуля Б1.О.04. Технологического модуля Б1.О.04.05 «Технология и организация туроператорской деятельности», а также с дисциплинами Б1.В.01 Историко- географического модуля (в части, формируемой участниками образовательных отношений) Б1.О.04.04 Организация турагентской деятельности и Б1.О.04.05 Организация и технология внутреннего туризма.

Обучение по дисциплине «Экономика впечатлений» предшествует изучению следующих дисциплин ООП:

- Организация обслуживания туристских групп.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ООП

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-5

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения:

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
1	2	3
ПК-5. Способен применять научные концепции исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных	ПК-5.1. Определяет направления работ по реализации процедур управления проектами на предприятиях сферы туризма. ПК-5.2. Осуществляет планирование ресурсов	Знает: – основные научные концепции и методы стратегического планирования, организации и контроля деятельности в сфере туризма на различных

уровнях управления	проектов предприятий сферы туризма, контроль процесса реализации проекта. ПК-5.3. Умеет разрабатывать программы изменений на предприятиях сферы туризма, преодолевать сопротивления их внедрению.	уровнях управления. Умеет: – проводить стратегический анализ и оценивать результаты деятельности предприятий сферы туризма, выявлять факторы успеха. Имеет опыт: – на основе использования научных методов проводить исследование и осуществлять стратегическое планирование, организацию и контроль деятельности в сфере туризма на различных уровнях управления.
--------------------	--	--

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, включая все формы контактной и самостоятельной работы обучающихся.

## 4.1. Распределение часов по темам и видам учебной работы

## Очная форма обучения

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля <sup>1</sup>		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельной работа	
				лекции	занятия семинарского типа <sup>2</sup>	др. виды работ <sup>3</sup>	консультации <sup>4</sup>					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>7 семестр</b>												
1.1.	Тема: Теоретико-методологические основы экономики впечатлений	<b>16</b>	<b>8</b>	4	4			8	<i>ПР</i>			ПК-5
1.2.	Тема: Понятие и сущность инновационной экономики впечатлений.	<b>16</b>	<b>8</b>	4	4			8		<i>ПР</i>		ПК-5
1.3.	Тема: Технологии и инструменты экономики впечатлений в туризме	<b>16</b>	<b>8</b>	4	4			8	<i>ПТЗ.О</i>			ПК-5
1.4.	Тема: Туризм как направление реализации экономики впечатлений	<b>16</b>	<b>8</b>	4	4			8	<i>ПР</i>			ПК-5
1.5.	Тема: Технологии производства услуг в экономике ощущений	<b>16</b>	<b>8</b>	4	4			8	<i>ПТЗ.Р</i>			ПК-5
1.6.	Тема: Маркетинг экономики впечатлений	<b>16</b>	<b>8</b>	4	4			8		<i>ПР</i>		ПК-5
1.7.	Тема: Компетенции специалиста эмоциональных рынков	<b>16</b>	<b>8</b>	4	4			8	<i>ПТЗ.О</i>			ПК-5
1.8.	Тема: Характерные черты экономики ощущений	<b>16</b>	<b>8</b>	4	4			8	<i>ПР</i>			ПК-5

<sup>1</sup> Вид текущего контроля: ПТЗ.Т – проверка теоретических знаний – тестирование (письменно), ПТЗ.КР – проверка теоретических знаний – контрольная работа (письменно), ПТЗ.О - опрос; ПТЗ.Д – проверка теоретических знаний – диктант; ПТЗ.Э – проверка теоретических знаний – эссе; ПР – практическая работа.

<sup>2</sup> К занятиям семинарского типа относятся - семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия.

<sup>3</sup> Указать другие виды контактной работы студентов, если они применяются при изучении данной дисциплины.

<sup>4</sup> Если предусмотрены учебным планом.

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля <sup>1</sup>		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа <sup>2</sup>	др. виды работ <sup>3</sup>	консультации <sup>4</sup>					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.9.	Тема: Туризм как направление реализации экономики впечатлений	<b>16</b>	<b>8</b>	4	4			8	<i>ПТЗ.О</i>			ПК-5
	<b>Промежуточная аттестация</b>	–	–	–	–	–	–	–	Зачет с оценкой			
	<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>			<b>72</b>				
	<b>ВСЕГО:</b>	<b>144</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>			<b>72</b>				

**Заочная форма обучения** (указывается только при наличии заочной формы обучения)



## 4.2. Тематическое содержание занятий

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
Тема 1.1. Теоретико-методологические основы экономики впечатлений	<b>Лекция</b> (4 ак.ч.)	Предпосылки формирования экономики впечатлений как особого направления сферы услуг. Факторы влияющие на развитие сферы услуг. Впечатления как предмет экономического анализа. Классификация В. Пекар положительных впечатлений. Принципы экономики впечатлений.
	<b>Занятие семинарского типа</b> (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	Практические задания могут выполняться как индивидуально, так и небольшими группами. Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную.
	<b>Самостоятельная работа</b> (8 ак.ч.)	Самостоятельная работа студентов заключается в подготовке домашних заданий в форме устных выступлений по темам, выбираемым из предложенного преподавателем списка с помощью рекомендуемой литературы и других источников. Студент может сам предложить тему самостоятельной работы по интересующей его проблеме, но должен согласовать ее с преподавателем.
Тема 1.2. Понятие и сущность инновационной экономики впечатлений.	<b>Лекция</b> (4 ак.ч.)	Современное общество потребления: социокультурный анализ. Социально-психологические мотивы потребления (единение с другими людьми, стремление не отстать от жизни, выделение из толпы, бегство от одиночества, желание быть любимым, следование моде). Системы и фрагменты потребительского поведения. Символы и смыслы экономики впечатлений. Особенности символического потребления. Индивидуализация и уникализация потребления в сфере постмодернистской культуры.
	<b>Занятие семинарского типа</b> (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	Практические задания могут выполняться как индивидуально, так и небольшими группами. Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную.
	<b>Самостоятельная работа</b> (8 ак.ч.)	Самостоятельная работа студентов заключается в подготовке домашних заданий в форме устных выступлений по темам, выбираемым из предложенного преподавателем списка с помощью рекомендуемой литературы и других источников.

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
		Студент может сам предложить тему самостоятельной работы по интересующей его проблеме, но должен согласовать ее с преподавателем.
Тема 1.3. Технологии и инструменты экономики впечатлений в туризме	<b>Лекция</b> (4 ак.ч.)	Интерактивные методы продвижения туристских продуктов. Событийный маркетинг: инсценирования и театрализация, аттракция и активность, сценарий на местах отдыха, управление посетителями, оздоровительный менеджмент. Бренд в маркетинге впечатлений. Эстетика маркетинга
	<b>Занятие семинарского типа</b> (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	Практические задания могут выполняться как индивидуально, так и небольшими группами. Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную.
	<b>Самостоятельная работа</b> (8 ак.ч.)	Самостоятельная работа студентов заключается в подготовке домашних заданий в форме устных выступлений по темам, выбираемым из предложенного преподавателем списка с помощью рекомендуемой литературы и других источников. Студент может сам предложить тему самостоятельной работы по интересующей его проблеме, но должен согласовать ее с преподавателем.
Тема 1.4. Туризм как направление реализации экономики впечатлений	<b>Лекция</b> (4 ак.ч.)	Турист и его потребительское поведение. Международный и внутренний турист. Потребности туристов: главные, специфические и дополнительные. Основное функциональное значение потребностей и мотивов. Типология туристов. Туристское пространство-основа формирования туристских впечатлений. Основные «пусковые» механизмы туристских впечатлений. Туристские впечатления как особый туристский продукт.
	<b>Занятие семинарского типа</b> (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	Практические задания могут выполняться как индивидуально, так и небольшими группами. Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную.
	<b>Самостоятельная работа</b> (8 ак.ч.)	Самостоятельная работа студентов заключается в подготовке домашних заданий в форме устных выступлений по темам, выбираемым из предложенного преподавателем списка с помощью рекомендуемой литературы и других источников. Студент может сам предложить тему самостоятельной работы по интересующей его

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
<p>Тема 1.5. Технологии производства услуг в экономике ощущений</p>	<p><b>Лекция</b> (4 ак.ч.)</p> <p><b>Занятие семинарского типа</b> (Практическое занятие) (4 ак.ч.)</p> <p><b>Самостоятельная работа</b> (8 ак.ч.)</p>	<p>проблеме, но должен согласовать ее с преподавателем.</p> <p>Моделирование господствующей атмосферы услугowego комплекса. Четыре модели господствующей атмосферы: возбуждающая (возбуждающе-привлекающая), успокаивающая (привлекающее - успокаивающая), впечатляющая (недружелюбно-успокаивающая), агрессивная (недружелюбно-возбуждающая). Особенности подходов к созданию инсценирования в экономике впечатлений. Понятия, аспекты, алгоритмы, инструменты инсценирования. Основные темы инсценирования. Влияние архитектуры на процесс тематизации. Тематические парки, кафе клубы, рестораны, гостиницы. Элементы и структура тематического бренда территории. Методика составления эмоциональных бренда туристкой дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка.</p> <p>Практические задания могут выполняться как индивидуально, так и небольшими группами. Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную.</p> <p>Самостоятельная работа студентов заключается в подготовке домашних заданий в форме устных выступлений по темам, выбираемым из предложенного преподавателем списка с помощью рекомендуемой литературы и других источников. Студент может сам предложить тему самостоятельной работы по интересующей его проблеме, но должен согласовать ее с преподавателем.</p>
<p>Тема 1.6. Маркетинг экономики впечатлений</p>	<p><b>Лекция</b> (4 ак.ч.)</p>	<p>Общество мечты как пространство для развития новых рынков: рынка приключений; рынка духовной близости, дружбы и любви; рынка заботы; рынка «кто-Я-Такой»; рынка душевного покоя; рынка убеждений. Традиционное отраслевое деление и инновационное деление рынков. Сегментация на рынках мечты (синглтоны, инфанты, активисты). Психовозрастные категории заявленных сегментов рынков. Конфликт и точки соприкосновения физического и эмоционального продукта. Символы как базовые компоненты эмоциональных туристских продуктов. Виртуализация рынков. Инновационные технологии в</p>

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
	<p><b>Занятие семинарского типа</b> (Практическое занятие) (4 ак.ч.)</p> <p><b>Самостоятельная работа</b> (8 ак.ч.)</p>	<p>продвижении эмоциональных рынков.</p> <p>Практические задания могут выполняться как индивидуально, так и небольшими группами. Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную.</p> <p>Самостоятельная работа студентов заключается в подготовке домашних заданий в форме устных выступлений по темам, выбираемым из предложенного преподавателем списка с помощью рекомендуемой литературы и других источников. Студент может сам предложить тему самостоятельной работы по интересующей его проблеме, но должен согласовать ее с преподавателем.</p>
<p>Тема 1.7. Компетенции специалиста эмоциональных рынков</p>	<p><b>Лекция</b> (4 ак.ч.)</p> <p><b>Занятие семинарского типа</b> (Практическое занятие) (4 ак.ч.)</p> <p><b>Самостоятельная работа</b> (8 ак.ч.)</p>	<p>Инициативность в производстве эмоциональных продуктов. Гибкость и адаптивность, как способность сохранять эффективность в изменчивых эмоциональных предпочтениях потребителя. Стратегическое мышление как способность предвидения развития ситуации и планирование стратегии управления эмоциональной сферой потребителя. Управление задачами, пошаговое постулирование задач в производстве эмоционального товара. Ориентация на клиента, исходя из его психофизиологических особенностей. Решение проблем в суперизменчивой эмоциональной сфере. Поведенческие индикаторы как критерии владения компетенциями заявленного профиля</p> <p>Практические задания могут выполняться как индивидуально, так и небольшими группами. Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную.</p> <p>Самостоятельная работа студентов заключается в подготовке домашних заданий в форме устных выступлений по темам, выбираемым из предложенного преподавателем списка с помощью рекомендуемой литературы и других источников. Студент может сам предложить тему самостоятельной работы по интересующей его проблеме, но должен согласовать ее с преподавателем.</p>
<p>Тема 1.8.</p>	<p><b>Лекция</b></p>	<p>Анализ синонимичных названий экономики впечатлений (сенсорная</p>

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
Характерные черты экономики ощущений	(4 ак.ч.)	экономика, experience economy, эмоциональная экономика, экономика восприятия, экономика общества мечты, экономика историй, экономика общество переживаний, экономика желаний, экономика развлечений). Физиологические аспекты человека в происхождении эмоций. Поведенческие индикаторы и уровни готовности клиента к получению услуг экономики впечатлений. Генезис экономики ощущений. Концепты данной экономики: неценовая конкуренция, режессирование переживаний, интерактивные способы взаимодействия. Расчетная единица в экономики ощущений ( количество положительных эмоций на единицу товара).
	<b>Занятие семинарского типа</b> (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	Практические задания могут выполняться как индивидуально, так и небольшими группами. Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную.
	<b>Самостоятельная работа</b> (8 ак.ч.)	Самостоятельная работа студентов заключается в подготовке домашних заданий в форме устных выступлений по темам, выбираемым из предложенного преподавателем списка с помощью рекомендуемой литературы и других источников. Студент может сам предложить тему самостоятельной работы по интересующей его проблеме, но должен согласовать ее с преподавателем.
Тема 1.9. Туризм как направление реализации экономики впечатлений	<b>Лекция</b> (4 ак.ч.)	Турист и его потребительское поведение. Впечатление как «потребительская цель». Новые потребительские ценности. Туристское пространство – основа формирования туристского впечатления. Туристский маркетинг в эпоху впечатлений.
	<b>Занятие семинарского типа</b> (Практическое занятие) (2 ак.ч.)	Практические задания могут выполняться как индивидуально, так и небольшими группами. Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную.
	<b>Самостоятельная работа</b> (8 ак.ч.)	Самостоятельная работа студентов заключается в подготовке домашних заданий в форме устных выступлений по темам, выбираемым из предложенного преподавателем списка с помощью рекомендуемой литературы и других источников. Студент может сам предложить тему самостоятельной работы по интересующей его

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
		проблеме, но должен согласовать ее с преподавателем.
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>Занятие семинарского типа</b> (Зачет с оценкой) (2 ак.ч.)	Принимается на последнем занятии в семестре в устной в виде собеседования – ответы на вопросы.

## **5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

### **5.1. Основная литература**

1. Морозов, М. А. Экономика организаций сферы туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15216-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510100> (дата обращения: 28.08.2023).

### **5.2. Дополнительная литература**

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512019> (дата обращения: 28.08.2023).

## **6. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»**

Доступ к электронно-библиотечным системам:

- ЭБС МГУСиТ;
- Электронно-библиотечную систему – Руконт;
- Электронно-библиотечную систему Юрайт;
- Электронно-библиотечную систему book.ru;
- Видеотеку МГУСиТ

Правовая информационная система «Консультант-плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (в соответствии с графиком работы коммерческой версии для незарегистрированных пользователей).

Правовая информационная система «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>.

## **7. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Для успешного освоения дисциплины студенты используют такие программные средства как Excel; Word. Для представления результатов – Power Point. Доступ к современным профессиональным базам данных и информационно-справочным системам:

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РПД**

Реализация программы предполагает наличие учебных кабинетов: лекционная аудитория, оборудованная видеопроекционной аппаратурой, экраном, компьютером. Кабинет для практических занятий (компьютерный класс), имеющий видеопроекционную аппаратуру с возможностью подключения к ПК, экран, персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

## **9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДОСТУПНОСТИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и

студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и учебно-методические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением элементов электронного обучения (при наличии заявления). Электронное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а также с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype), что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В образовательном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения. Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы обучающиеся с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении всех видов аттестации.

Особые условия предоставляются обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья на основании заявления, содержащего сведения о необходимости создания соответствующих специальных условий.

## **10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **10.1. Методические указания по изучению дисциплины для обучающихся**

Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимися в ЭИОС и сайте университета, с графиком консультаций преподавателей кафедры туризма.

Советы по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины. Рекомендуемое распределение времени на изучение дисциплины указано в разделе «Структура и содержание дисциплины». В целях более плодотворной работы в семестре студенты также могут ознакомиться с календарно-тематическим планом



дисциплины, составленным преподавателем – как для лекционных, так и для практических занятий.

«Сценарий» изучения дисциплины.

«Сценарий» изучения дисциплины студентом подразумевает выполнение им следующих действий:

1. Ознакомление с целями и задачами дисциплины.
2. Ознакомление с требованиями к знаниям и навыкам студента.
3. Первичное ознакомление с разделами и темами дисциплины.
4. Ознакомление с распределением времени на изучение дисциплины.
5. Ознакомление со списками рекомендуемой основной и дополнительной литературы по дисциплине.
6. Углублённое ознакомление с разделами и темами дисциплины.
7. Предварительный охват на основе рекомендуемой литературы круга вопросов, актуальных для конкретного занятия.
8. Самостоятельная проработка основного круга вопросов как каждого последующего, так и каждого предыдущего занятия в свободное время между занятиями по дисциплине.
9. Присутствие и творческое участие на лекционных и семинарских / практических занятиях.
10. Выполнение требований планового текущего и итогового контроля.
11. Уточнение возникающих вопросов на консультации по дисциплине.
12. Непосредственная подготовка к экзамену по дисциплине на основе выданных преподавателем вопросов к экзамену.

## **10.2. Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям**

Студентам необходимо:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;
- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам, если разобраться в материале опять не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях.

## **10.3. Рекомендации по подготовке к занятиям семинарского типа**

Студентам следует:

- до очередного занятия семинарского типа по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- при подготовке к занятиям семинарского типа следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-правовые акты и материалы правоприменительной практики;
- теоретический материал следует соотносить с правовыми нормами, так как в них могут быть внесены изменения, дополнения, которые не всегда отражены в учебной литературе;
- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему

затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;

- в ходе занятия семинарского типа давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;

- на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

#### **10.4. Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий**

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует:

- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на занятиях семинарского типа и консультациях неясные вопросы;

- при подготовке к промежуточной аттестации параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

### **11. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Освоение учебной дисциплины «Экономика впечатлений» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, в т.ч. дискуссий, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

### **12. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Приложение  
к рабочей программе дисциплины  
«Экономика впечатлений»

#### **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

##### **1. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
<p>ПК-5. Способен применять научные концепции исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления</p>	<p>ПК-5.1. Определяет направления работ по реализации процедур управления проектами на предприятиях сферы туризма.  ПК-5.2. Осуществляет планирование ресурсов проектов предприятий сферы туризма, контроль процесса реализации проекта.  ПК-5.3. Умеет разрабатывать программы изменений на предприятиях сферы туризма, преодолевать сопротивление их внедрению.</p>	<p>Знает:  – основные научные концепции и методы стратегического планирования, организации и контроля деятельности в сфере туризма на различных уровнях управления.  Умеет:  – проводить стратегический анализ и оценивать результаты деятельности предприятий сферы туризма, выявлять факторы успеха.  Имеет опыт:  – на основе использования научных методов проводить исследование и осуществлять стратегическое планирование, организацию и контроль деятельности в сфере туризма на различных уровнях управления.</p>	<p><i>опрос;</i>  <i>реферат;</i>  <i>доклад;</i>  <i>контрольная работа;</i>  <i>тестирование;</i>  ....  <i>экзамен</i></p>

## 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 2.1. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

**Зачет с оценкой**

**Перечень вопросов:**

1. Предпосылки формирования экономики впечатлений как особого направления сферы услуг.
2. Генезис экономики впечатлений.
3. Факторы влияющие на развитие сферы услуг.
4. Впечатления как предмет экономического анализа.
5. Анализ причин перехода от экономики услуг к экономике впечатлений.
6. Характерные черты экономики впечатлений.
7. Поведенческие индикаторы и уровни готовности клиента к получению услуг экономики впечатлений.
8. Классификация В. Пекар положительных впечатлений.
9. Принципы экономики впечатлений.
10. Турист и его потребительское поведение.
11. Международный и внутренний турист. Потребности туристов: главные, специфические и дополнительные.
12. Основное функциональное значение потребностей и мотивов.
13. Типология туристов.
14. Туристское пространство-основа формирования туристских впечатлений.
15. Основные «пусковые» механизмы туристских впечатлений.
16. Туристские впечатления как особый туристский продукт.
17. Интерактивные методы продвижения туристских продуктов.
18. Событийный маркетинг: инсценирования и театрализация, аттракция и активность, сценарий на местах отдыха, управление посетителями, оздоровительный менеджмент.
19. Особенности подходов к созданию инсценирования в экономики впечатлений.
20. Понятия, аспекты, алгоритмы, инструменты инсценирования. Основные темы инсценирования.
21. Маркетинг экономики впечатлений.
22. Методика составления эмоциональных бренда туристкой дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка.
23. Конфликт и точки соприкосновения физического и эмоционального продукта.
24. Бренд в маркетинге впечатлений.
25. Эстетика маркетинга.
26. Технологии производства услуг в экономике впечатлений.
27. Символы как базовые компоненты эмоциональных туристских продуктов.

### **Критерии оценки:**

«5» – обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок;

«4» - обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий;

«3» - обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий;

«2» - обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

## 2.2. Оценочные материалы для текущего контроля

### Практическое задание 1.

*Тип практического занятия: подготовка проекта*

#### 1. Деловая игра «Ассоциативный ряд».

Во время прохождения деловой игры студенты знакомятся с основными понятиями дисциплины заполняют конспект-организатор по каждому термину 10 ассоциаций. Обработка данных и составление графиков по итогам работы.

### Практическое задание 2.

*Тип практического занятия: подготовка проекта*

#### 2. Деловая игра «Эмоциональные конфликты и возможности их решения».

Разработка, на основе предложенного материала, способов ликвидации основных эмоциональных конфликтов в инновациях в организации гостиничных услуг и услуг питания.

### Практическое задание 3.

*Тип практического занятия: подготовка проекта*

#### 3. Деловая игра «Инновация в процессе производства эмоционального туристического продукта».

Разработать, на основе изученного материала, эмоциональный продукт. Описать его символы и смыслы, исходя из перечисленных рынков. Сделать его презентацию.

### Практическое задание 4.

*Тип практического занятия: подготовка проекта*

#### 4. Деловая игра «Разработать историю».

Придумать историю, обосновать ее эффективность, доказать ее востребованность на региональном рынке.

### Практическое задание 5.

*Тип практического занятия: подготовка проекта*

#### 5. Деловая игра «Рынок эмоций в маркетинговой сфере туризма».

Разработать эмоциональные способы рекламы выбранного турпродукта.

## КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

### Тематика рефератов

1. История зарождения и развития науки экономика впечатлений.
2. Социологические исследования как фактор повышения эффективности работы специалистов  
выбранного профиля.
3. Основные направления и виды научно-исследовательской работы в теории и  
практике экономики  
впечатлений.
4. Основные формы инноваций в организации услуг экономики впечатлений.
5. Инновационный менеджмент и маркетинг в заявленной сфере.
6. История возникновения российской индустрии экономики ощущений. Место и роль

инноваций в

этом аспекте.

7. Отражение русской национальной культуры в инновациях организации эмоциональных услуг.

9. Национальные особенности туристов, их учет при составлении инновационных программ в

организации эмоциональных услуг.

10. Сценарно-режиссерские основы деятельности в заявленной индустрии.

### **Примеры заданий для самостоятельной работы:**

- проведение анализа инновационных программ в организации эмоциональных услуг;
- подготовка информационно-аналитических сообщений и т.д;
- решение тематических кейсов.