

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Российский государственный гуманитарный университет»**  
**(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК  
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

## **ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ**

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

43.03.02 «Туризм»

---

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

---

**«Технология и организация экскурсионных услуг (международный туризм)»**

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Экономика впечатлений  
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):  
к.э.н., доцент, доцент кафедры ОСТиГ А.И. Мосалёв

УТВЕРЖДЕНО  
Протокол заседания кафедры  
№ 8 от 31.03.2022 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка .....	4
<b>1.1. Цель и задачи дисциплины</b> .....	4
<b>1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</b> .....	4
<b>1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы</b> .....	5
2. Структура дисциплины .....	6
3. Содержание дисциплины .....	6
4. Образовательные технологии .....	7
5. Оценка планируемых результатов обучения .....	8
<b>5.1 Система оценивания</b> .....	8
<b>5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине</b> .....	8
<b>5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине</b> .....	9
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	10
<b>6.1 Список источников и литературы</b> .....	10
<b>6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</b> ...	11
<b>6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы</b> .....	12
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	12
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	12
9. Методические материалы .....	13
<b>9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий</b> .....	13
<b>9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ</b> .....	15
<b>9.3 Иные материалы</b> .....	15
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины .....	16

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование базы теоретико-практических знаний для принятия научно-обоснованных решений, обеспечивающих развитие туристкой индустрии. В процессе изучения дисциплины у будущих специалистов формируется представление об основных составляющих процесса экономики впечатлений; приобретает комплекс знаний о туристском образе, что составляет основу экономики впечатлений.

Задачи дисциплины:

- привить навыки работы с категориями и терминами, используемыми в рамках экономики впечатлений;
- изучить основные инструменты создания эффектов впечатлений и ощущений у туристов;
- сформировать практические навыки исследования экономических процессов с учетом экономики впечатлений.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 - Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; определяет роль каждого участника в команде	<p>Знать: основные категории и составляющих процесса научных исследований и разработок туристской индустрии, методологию научного познания и творчества; основы планирования и организации научной работы по актуальным направлениям туризма</p> <p>Уметь: проводить социально-экономические исследования туристской сферы: анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристкой индустрии и потребителя, на профессиональной основе определять необходимую структуру и содержание туристского продукта, оценивать туристские рынки, анализировать туристский спрос и предложение; обрабатывать и интерпретировать результаты научных исследований</p> <p>Владеть: понятийным аппаратом туристской деятельности, основными приемами и правилами организации работы туристских предприятий, приемами организации туристского обслуживания и специфики построения туристской</p>

		индустрии; новыми методами планирования, прогнозирования с целью обеспечения эффективной деятельности туристского предприятия.
УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.2 - Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	<p>Знать: тенденции и перспективы развития туристской индустрии на федеральном, региональном и локальном уровнях, методики социально-экономических исследований туристской деятельности; основные нормативно-правовые акты в сфере туристской индустрии; современную терминологию по основным видам профессиональной деятельности в туризме и гостеприимстве.</p> <p>Уметь: использовать научные методы изучения туристско-рекреационных потребностей, прогнозировать изменения в туристско-рекреационном спросе, анализировать основные факторы развития туризма, ориентироваться в методиках проведения туристско-рекреационного районирования территорий различного ранга, использовать научно-методические подходы в проектировании, организации и управлении туристско-рекреационными системами на основе принципа устойчивого развития и потребительского спроса.</p> <p>Владеть: современными методами исследований, методами анализа и прогнозирования, количественными и качественными методами, подходами к проектированию, развитию и управлению туристско-рекреационными системами различного ранга и вида на основе принципов устойчивого развития и потребительского спроса; методикой и технологией претензионного порядка урегулирования спорных ситуаций в социокультурной сфере и туризме.</p>

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) «Экономика впечатлений» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: управленческая экономика в индустрии туризма, разработка концепции туристской услуги, методы научных исследований, ознакомительная практика.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: экологический туризм, Технологии связей с общественностью в туристской индустрии (на английском языке), Организационно-управленческая практика.

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	18
3	Семинары/лабораторные работы	24
Всего:		42

Объем дисциплины (*модуля*) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

### Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	8
4	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		24

Объем дисциплины (*модуля*) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа(ов).

## 3. Содержание дисциплины<sup>1</sup>

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Теория и методология экономики впечатлений	Цели и задачи курса. Предмет и объект исследования курса. Экономика впечатлений как научная дисциплина и предпосылки её становления. Экономика впечатлений как институция

<sup>1</sup> Раздел может быть представлен как в текстовой форме, так и в таблице

		современного общества. Впечатления как предмет экономического анализа. Миграция ценностей. Инновационный потенциал экономики впечатлений в контексте глобализации
2	Туризм как направление реализации экономики впечатления	Турист и его потребительское поведение. Впечатление как «потребительская цель». Новые потребительские ценности. Туристское пространство – основа формирования туристского впечатления. Туристский маркетинг в эпоху впечатлений.
3	Туристское впечатление как особый туристский продукт	Туристский продукт, услуга, впечатление. Нишевой туризм по специальным интересам. Туристский опыт. Поведенческая компонента туристского опыта. Процесс приобретения туристского опыта. Туристский опыт как условие формирования туристского впечатления
4	Опыт развития экономики ощущений в России и за рубежом	Инсценирование в сфере естественного туризма. Сферы инновационного туризма. Технологии анализа качества ощущений в туризме. Естественные лаборатории инновационного туризма в России

#### 4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	Теория и методология экономики впечатлений	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2	Туризм как направление реализации экономики впечатления	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3	Туристское впечатление как особый туристский продукт	Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
4	Опыт развития экономики ощущений в России и за рубежом	Лекция 4. Семинар 4. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;

- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1 Система оценивания<sup>2</sup>

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация –зачёт		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67			D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно		не зачтено
0 – 19		F	

### 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>

<sup>2</sup> Система оценивания выстраивается в соответствии с учебным планом, где определены формы промежуточной аттестации (зачёт/зачёт с оценкой/экзамен), и структурой дисциплины, где определены формы текущего контроля. Указывается распределение баллов по формам текущего контроля и промежуточной аттестации, сроки отчётности.



Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	хорошо/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	удовлетворительно/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	неудовлетворительно/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

### 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

#### Экзаменационные для зачёта

Глобализация и инновации как основа формирования экономики впечатлений.

В чем заключается инновационный потенциал экономики впечатлений.

Дайте определение экономики впечатлений.

Правильно ли утверждение, что экономика впечатлений – это экономика, ориентированная на ощущения потребителей.

Покажите отличия впечатлений от товара и услуги.

Объясните, что значит впечатление как потребительская цель.

Экономика впечатлений как особая институция.

Влияние информации на становление экономики впечатлений.

Туристский опыт как основа формирования экономики впечатлений.

Влияние образования на формирование туристского опыта.

Впечатления как туристский продукт: характерные особенности

Миграция ценностей как основной тренд современного общества.

Экономика впечатлений как экономика трансформаций

Туристское впечатление: процесс формирования

Туристский опыт как экономическая категория

Влияние потребительского поведения туриста на формирование туристского опыта.

Генезис экономики ощущений.

Концепты данной экономики: неценовая конкуренция, режиссированные переживаний, интерактивные способы взаимодействия.

Расчетная единица в экономики ощущений (количество положительных эмоций на единицу товара).

Технологии производства услуг в экономике ощущений.

Моделирование господствующий атмосферы услугового комплекса.

Четыре модели господствующей атмосферы.

Особенности подходов к созданию инсценирования в экономики 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.

Маркетинг экономики впечатлений.

Общество мечты как пространство для развития новых рынков.

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 продвижении эмоциональных рынков.

Компетенции специалиста эмоциональных рынков.

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.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1 Список источников и литературы**

Источники

Основные

Восколович Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник Юнити-Дана, 2015 /

[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=114712&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114712&sr=1)

Колодий Н. А. Новая экономика – экономика впечатлений: учебное пособие. / Н. А. Колодий / Институт истории, международных и социальных исследований Ольборского университета, 2010. – 329 с. (4 экз.)

Котлер Ф., Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. Маркетинг: гостеприимство, туризм: учебник М.: Юнити-Дана, 2015 / [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=114713&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114713&sr=1)

- Рассохина Т. В. Менеджмент туристских дестинаций: учебник М.: Советский спорт, 2014 / [http://biblioclub.ru/index.php?page=author\\_red&id=97885](http://biblioclub.ru/index.php?page=author_red&id=97885)
- Назарка В. А., Владыкина Ю. О. Воротникова Е. Ю., Комарова О. С., Малетин С. С. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие Новосибирск: НГТУ, 2014 [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=436302&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436302&sr=1) б.
- Поведение потребителей М.: Юнити-Дана, 2015 [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=119438&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=119438&sr=1)
- Дополнительные
- Денисова Е. С. Поведение потребителей: учебно-практическое пособие Дисциплина: Маркетинг М.: Евразийский открытый институт, 2010 [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=444059&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=444059&sr=1)
- Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник М.: Юнити-Дана, 2015 [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=112216&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=112216&sr=1)
- Квартальнов В. А. Туризм: учебник М.: Финансы и статистика, 2014 [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=221449&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=221449&sr=1)
- Трусова Н. М., Мухамедиева С. А., Ключев Ю. В. Туризм: междисциплинарный аспект: конспект лекций Кемерово: КемГУКИ, 2015 [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=438391&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=438391&sr=1)
- Литература
- Основная
- Баранов А.С., Бисько И.А. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма. – М.: ИНФРА-М, 2012. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=235151>.
- Сервисная деятельность: Учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. - М.: АльфаМ: ИНФРА-М, 2017. - <http://znanium.com/catalog/product/760143>
- Тюрин Д.В. Маркетинговый аудит: как его организовать и правильно провести: Учебник. М.: НИЦ Инфра-М. 2012.: <http://znanium.com/bookread.php?book=315377>
- Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства: Учеб. пос. для вузов / Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев, Л.В. Баумгартен и др.; Под общ. ред. проф. Ю.Б. Башина - М.: Вузов. учеб.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=420317>.
- Дополнительная
- Короткова Т.Л. Исследования в менеджменте: Пособие для магистров М.: КНОРУС: НИЦ Инфра-М, 2013.Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=371328>
- Сервисная деятельность: Учебное пособие / Велединский В.Г. М.: КНОРУС, 2018. – <https://www.book.ru/book/926035>
- Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. <http://znanium.com/catalog/product/352240>
- Ляндау Ю.В., Стасевич Д.И. Теория процессного управления: Монография. М.: НИЦ Инфра-М.2013. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=375981>
- 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**
- Информационная справочная система «Атлас турмаршрутов России» (платформа / турагрегатор поиска, бронирования маршрутов, событий и экскурсий по всей России от РГО): <http://turatl.ru/>
- Информационная справочная система «Tripster – база экскурсий и экскурсоводов по всему миру»: <https://experience.tripster.ru/>
- База данных «Открытые данные Ростуризма – наборы данных»: <http://opendata.russiatourism.ru/opendata>
- База данных «Список нематериального культурного наследия и Реестр передового опыта охранной деятельности ЮНЕСКО»: <https://ich.unesco.org/en/lists>
- База данных объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО: <https://whc.unesco.org/ru/list/>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
- ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
- Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
- Cambridge University Press
- ProQuest Dissertation & Theses Global

### **6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут

использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий<sup>3</sup>

Тема 1 (6 ч.) Развитие экономики впечатлений и ее отраслевой состав

Вопросы для обсуждения:

1. Каковы постулаты концепции «Сервисная экономика» и каковы ее взаимосвязи с «Экономикой впечатлений»?
2. В чем особенности построения и развития сервисного общества?
3. Назовите основные факторы развития сервисной экономики и сервисного общества.
4. Какова основная цель сервиса B2C? B2B? Какие можете привести примеры приемов обслуживания и технологий?

Список литературы:

- Баранов А.С., Бисько И.А. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма. – М.: ИНФРА-М, 2012. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=235151>.
- Сервисная деятельность: Учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. - М.: АльфаМ: ИНФРА-М, 2017. - <http://znanium.com/catalog/product/760143>
- Тюрин Д.В. Маркетинговый аудит: как его организовать и правильно провести: Учебник. М.: НИЦ Инфра-М. 2012.: <http://znanium.com/bookread.php?book=315377>
- Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства: Учеб. пос. для вузов / Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев, Л.В. Баумгартен и др.; Под общ. ред. проф. Ю.Б. Башина - М.: Вузов. учеб.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=420317>

<sup>3</sup> План занятий строится в соответствии со структурой дисциплины (п.2). Разделы плана включают: название темы, количество часов, форму проведения занятия, его содержание (вопросы для обсуждения, задания, контрольные вопросы, кейсы и т.п.), список литературы. При необходимости, планы практических и лабораторных занятий могут содержать указания по выполнению заданий и требования к материально-техническому обеспечению занятия.

Тема 2 (6 ч.) Основы сервисного управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

Вопросы для обсуждения:

Ошибка игрока.

1. Какие основные сервисные технологии туристско-экскурсионного бизнеса Вы знаете?
2. Каковы инновационные подходы в туристско-экскурсионном обслуживании?
3. Какие новые технологии обслуживания на предприятиях туристско-экскурсионной индустрии Вы можете назвать?
4. Что такое кастомизация? Персонализация? Как эти концепции работают в туристско-экскурсионном бизнесе?

Список литературы:

Баранов А.С., Бисько И.А. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма. – М.: ИНФРА-М, 2012. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=235151>.

Сервисная деятельность: Учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. - М.: АльфаМ: ИНФРА-М, 2017. - <http://znanium.com/catalog/product/760143>

Тюрин Д.В. Маркетинговый аудит: как его организовать и правильно провести: Учебник. М.: НИЦ Инфра-М. 2012.: <http://znanium.com/bookread.php?book=315377>

Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства: Учеб. пос. для вузов / Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев, Л.В. Баумгартен и др.; Под общ. ред. проф. Ю.Б. Башина - М.: Вузов. учеб.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=420317>

Тема 3 (6 ч.) Проектирование сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений

Вопросы для обсуждения:

1. Назовите основные показатели, характеризующие деятельность туристскоэкскурсионного предприятия.
2. На основе каких показателей Вы построите мониторинг сервиса в туроператора / турагента / экскурсионного бюро / ТИЦа?
3. Назовите контактные зоны туристско-экскурсионного обслуживания.
4. Опишите основные факторы потребления туристско-экскурсионных услуг.

Список литературы:

Баранов А.С., Бисько И.А. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма. – М.: ИНФРА-М, 2012. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=235151>.

Сервисная деятельность: Учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. - М.: АльфаМ: ИНФРА-М, 2017. - <http://znanium.com/catalog/product/760143>

Тюрин Д.В. Маркетинговый аудит: как его организовать и правильно провести: Учебник. М.: НИЦ Инфра-М. 2012.: <http://znanium.com/bookread.php?book=315377>

Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства: Учеб. пос. для вузов / Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев, Л.В. Баумгартен и др.; Под общ. ред. проф. Ю.Б. Башина - М.: Вузов. учеб.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=420317>

Тема 4 (6 ч.) Современные технологии обслуживания и проектирования сервисной среды

Вопросы для обсуждения:

1. Где находит место аутсорсинг в туристско-экскурсионном бизнесе?
2. Каков инструментарий сервисного аудита туристско-экскурсионной компании?
3. Определите ключевые элементы программы сервисного аудита туристско-экскурсионной организации.
4. Как построить стратегию развития сервисной среды в соответствии с потребностями потребителей?
5. Как можно персонализировать туристско-экскурсионный продукт?



6. Какие технологии/уровни персонализации туристско-экскурсионного продукта Вы знаете?

Список литературы:

Баранов А.С., Бисько И.А. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма. – М.: ИНФРА-М, 2012. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=235151>.

Сервисная деятельность: Учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. - М.: АльфаМ: ИНФРА-М, 2017. - <http://znanium.com/catalog/product/760143>

Тюрин Д.В. Маркетинговый аудит: как его организовать и правильно провести: Учебник. М.: НИЦ Инфра-М. 2012.: <http://znanium.com/bookread.php?book=315377>

Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства: Учеб. пос. для вузов / Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев, Л.В. Баумгартен и др.; Под общ. ред. проф. Ю.Б. Башина - М.: Вузов. учеб.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=420317>

Материально-техническое обеспечение занятия:

Компьютер с выходом в интернет.

Устройство вывода изображения.

Звуковые колонки.

## **9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

Не предусмотрено

## **9.3 Иные материалы**

Не предусмотрено

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины - формирование базы теоретико-практических знаний для принятия научно-обоснованных решений, обеспечивающих развитие туристской индустрии. В процессе изучения дисциплины у будущих специалистов формируется представление об основных составляющих процесса экономики впечатлений; приобретает комплекс знаний о туристском образе, что составляет основу экономики впечатлений.

Задачи дисциплины:

- привить навыки работы с категориями и терминами, используемыми в рамках экономики впечатлений;
- изучить основные инструменты создания эффектов впечатлений и ощущений у туристов;
- сформировать практические навыки исследования экономических процессов с учетом экономики впечатлений.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3.1 - Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; определяет роль каждого участника в команде

УК-5.2 - Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: основы поведенческой экономики в сфере туризма; основы планирования туристской деятельности

Уметь: применять конкретные инструменты поведенческой экономики при взаимодействии различными категориями туристов и компаниями; осуществлять профессиональные операционные процессы с различными категориями туристов

Владеть: навыками выстраивания эффективной коммуникации с потребителями; навыками работы с поведенческими аспектами различных категорий потребителей.

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта .

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.