

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ)  
МИНИСТЕРСТВА ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ»  
ОДИНЦОВСКИЙ ФИЛИАЛ**

---

**Факультет финансовой экономики  
Кафедра туризма, гостеприимства и креативных индустрий**

**УТВЕРЖДАЮ**

**Декан факультета финансовой  
экономики  
И.А. Гулиев**

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**Рабочая программа дисциплины (модуля)  
ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ**

Направление подготовки

**43.03.02 Туризм**

Направленность (профиль) подготовки

**Туризм и индустрия гостеприимства**

Квалификация – бакалавр

Форма обучения – очная

*Год набора – 2026*

**Одинцово-2026**

Рабочая программа по дисциплине "Экономика впечатлений" составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования МГИМО МИД России по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

Автор(ы) программы:

Романова Галина Максимовна, профессор кафедры, д.э.н.

Директор научной библиотеки: \_\_\_\_\_/И.А. Байбикова

Факультет финансовой экономики Одинцовского филиала МГИМО МИД России.

Кафедра туризма, гостеприимства и креативных индустрий.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры. Протокол заседания №6 от 05.02.2024

Подпись зав. / и.о.зав. кафедрой: \_\_\_\_\_/Романов Максим Сергеевич/

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	8
6. Фонд оценочных материалов (средств) для проведения промежуточной аттестации обучающихся и текущего контроля по дисциплине (модулю)	9
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	15
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	15
9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	16
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	16
11. Иные сведения и (или) материалы	17
12. Лист регистрации внесенных изменений	18

## **1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Цели дисциплины (модуля)

Цель дисциплины:

Подготовить бакалавров, имеющих системное представление об эволюции спроса и предложения, позволяющее принимать обоснованные решения для конкурентоспособного развития предприятий индустрии туризма и гостеприимства в экономике впечатлений.

Задачи дисциплины (модуля)

Задачи дисциплины:

1. Дать теоретические знания об эволюции типов экономического предложения и потребительской ценности, характерные особенности и факторы развития предприятия в экономике впечатлений.

2. Выработать умение использовать основные критерии и принципы построения новой модели бизнеса, соответствующей экономике впечатлений.

3. Выработать умение определения правильного варианта развивающих отношений между клиентом и компанией, выбора оптимального типа массовой персонализации.

4. Сформировать навыки создания творческих идей, главной темы впечатлений, пронизывающей все составные элементы в единую сюжетную линию и проектирования новой модели бизнеса, соответствующей экономике впечатлений.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

*знать*

Эволюцию типов экономического предложения, а также потребительских предпочтений и ценностей.

Признаки и особенности функционирования предприятий, соответствующих модели бизнеса экономики впечатлений.

*уметь*

Использовать основные принципы и области впечатлений в целях создания нового типа потребительской ценности - впечатления.

Определять конкурентоспособность предприятия, алгоритм постановки впечатлений и работу предприятия в индустрии туризма и гостеприимства в формате массовой персонализации.

*иметь навыки и (или) опыт деятельности*

Разрабатывать творческую идею, главную тему впечатления как центральное звено построения новой модели бизнеса.

Разрабатывать конкурентоспособное предложение комплекса товаров, услуг впечатлений и новую модель предприятия, соответствующую экономике впечатления.

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю):

<b>Коды компетенции</b>	<b>Содержание компетенций</b>	<b>Индикаторы достижения компетенций</b>	<b>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (в соответствии с профессиональными стандартами (при наличии))</b>
УК-9	Способен принимать обоснованные	ИУК 9.1 Понимает базовые	Знания: Эволюции типов экономического

	экономические решения в различных областях жизнедеятельности	принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике	предложения, их основных характеристик и факторов, обуславливающих их смену. Эволюции потребительской ценности и факторов ее определяющих. Умения: Использовать основные принципы, стимулы и области впечатления в целях создания нового типа предложения на рынке индустрии туризма и гостеприимства, отвечающего современным тенденциям развивающихся потребительских предпочтений. Навыки: Разработать творческую идею, главную тему впечатления, как центральную тему построения новой модели бизнеса, объединяющую ее элементы и грани в единую сюжетную линию.
ОПК-5	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ИОПК 5.1 Определяет, анализирует, оценивает основные производственно-экономические показатели туристской деятельности	Знания: Основных факторов и показателей определения конкурентоспособности предприятий индустрии туризма и гостеприимства в экономике впечатлений. Умения: Определить, проанализировать и оценить конкурентные позиции предприятия индустрии туризма и гостеприимства, в том числе с учетом конкуренции в виртуальной среде. Навыки: Разработать предложение комплекса товаров, услуг впечатлений, обладающими конкурентными преимуществами на рынке в условиях экономики впечатлений.
ОПК-5	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ИОПК 5.2 Экономически обосновывает производственно-экономическую необходимость и целесообразность основных видов деятельности, бизнес-процессов при осуществлении профессиональной деятельности	Знания: Основных видов взимания платы за впечатление, измерение степени удовлетворенности клиентов; основных составляющих элементов массовой персонализации. Умения: Использовать алгоритм постановки впечатлений в формате массовой персонализации. Навыки: Определения оптимального типа персонализации и развивающих отношения компаний и потребителей. Формирования новой модели бизнеса, соответствующей экономике впечатлений.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Экономика впечатлений» (Б1.О.11.03) относится к обязательной части учебного плана.

*Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и навыки, сформированные в процессе освоения следующих дисциплин (модулей) и практик:*

Маркетинг и маркетинговые исследования в туризме

Логистика в индустрии туризма и гостеприимства

*Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:*

Туристско-рекреационное проектирование.

Организация продвижения туристских продуктов.

Управление качеством в туризме и гостеприимстве.

Инновации в туризме.

Дисциплина (модуль) изучается на 3 курсе(ах) в 6 семестре(ах) (в соответствии с учебным планом).

**3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 3 зач. ед. (3Е), 108 ак. ч.

Вид работы	Трудоемкость	
	Академические часы	Зачетные единицы
<b>Общая трудоемкость</b>	108	3
<b>Аудиторная работа, всего: в том числе:</b>	26	
Лекционные занятия	12	
Практические занятия	14	
<b>Самостоятельная работа, всего:</b>	82	
<b>Вид промежуточной аттестации (зачет)</b>		

**4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ п/п	Раздел/тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. в форме практической подготовки	Формы текущего контроля успеваемости
			Аудиторные учебные занятия					
			всего	лекции	в т.ч. лекции в форме практической подготовки	практические занятия, лабораторные		
<b>Экономика впечатлений</b>								
1.1	Типы экономического предложения и факторы их трансформации.	18	2		2		14	УО, ДсПр
1.2	Эволюция потребительской ценности в туризме.	18	2		2		14	УО, ДсПр
1.3	Области впечатлений и этапы их создания.	18	2		2		14	УО, ДсПр
1.4	Понятие темы впечатлений и потребительская ценность впечатлений.	18	2		2		14	
1.5	Массовая персонализация и индивидуальный маркетинг.	18	2		2		14	ДсПр, ТЗ
1.6	Экономика впечатлений и новая модель бизнеса.	18	2		4		12	
<b>ИТОГО:</b>		<b>108</b>	<b>12</b>		<b>14</b>		<b>82</b>	

(расшифровку аббревиатур форм текущего контроля успеваемости см. в п.6.1.2а)

4.2 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по разделам (темам)

**Экономика впечатлений**

**1.1. Типы экономического предложения и факторы их трансформации.**

Понятие типа экономического предложения и фактора их эволюции.

Сырьевая (аграрная) экономика, как тип экономического предложения.

Промышленная (товарная) экономика, как тип экономического предложения.  
Экономика услуг (сервисная экономика) как тип экономического предложения.  
Экономика впечатлений как тип экономического предложения.  
Основные принципы функционирования экономики впечатлений.

### ***1.2. Эволюция потребительской ценности в туризме.***

Понятие и виды областей впечатлений.

Развлечение, обучение, эстетика, эскапизм как области экономических впечатлений.

Впечатления на стыке областей: эдьюскапизм, эдьюстетик, эскастетик, энтерстети, эскейтейнмент.

Понятие основных этапов создания впечатлений.

### ***1.3. Области впечатлений и этапы их создания.***

Понятие главной темы впечатлений.

Темы постановочных впечатлений: ощущение и позитивные стимулы, плата за впечатления, потребительская ценность впечатлений.

### ***1.4. Понятие темы впечатлений и потребительская ценность впечатлений.***

Массовая персонализация и индивидуальный маркетинг, особенности индивидуального маркетинга в туризме.

Понятие потребительской уступки, виды уступок, особенности уступок в туризме.

Виды персонализации, особенности персонализации в туризме.

### ***1.5. Массовая персонализация и индивидуальный маркетинг.***

Понятие театра как модели бизнеса.

Основные формы театра, используемые в модели бизнеса.

Матрица продукции и процессов.

Понятие ролевых игр и кастинга в компаниях.

### ***1.6. Экономика впечатлений и новая модель бизнеса.***

Потребительские предпочтения и формы их проявления в туризме.

Основы проведения исследований потребительских предпочтений в туризме.

Понятие первичных и вторичных источников.

Методы анкетирования и их основные характеристики.

Основы анализа и систематизации данных, полученных в результате исследования потребительских предпочтений.

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Воронцов, Г. А. Труд студента: ступени успеха на пути к диплому : учебное пособие / Г.А. Воронцов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М,

2022. — 256 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2769.- ISBN 978-5-16-009594-3.- Текст : электронный.- URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1838262> (дата обращения: 07.04.2026).

**6. Фонд оценочных материалов (средств) для проведения промежуточной аттестации обучающихся и текущего контроля по дисциплине (модулю)**

**6.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю)**

*1) Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы*

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование оценочного средства
1.1	Типы экономического предложения и факторы их трансформации.	УК-9, ОПК-5	ИУК 9.1, ИОПК 5.1, ИОПК 5.2	УО, ДсПр
1.2	Эволюция потребительской ценности в туризме.	УК-9, ОПК-5	ИУК 9.1, ИОПК 5.1, ИОПК 5.2	УО, ДсПр
1.3	Области впечатлений и этапы их создания.	УК-9, ОПК-5	ИУК 9.1, ИОПК 5.1, ИОПК 5.2	УО, ДсПр
1.4	Понятие темы впечатлений и потребительская ценность впечатлений.	УК-9, ОПК-5	ИУК 9.1, ИОПК 5.1, ИОПК 5.2	
1.5	Массовая персонализация и индивидуальный маркетинг.	УК-9, ОПК-5	ИУК 9.1, ИОПК 5.1, ИОПК 5.2	ДсПр, ТЗ
1.6	Экономика впечатлений и новая модель бизнеса.	УК-9, ОПК-5	ИУК 9.1, ИОПК 5.1, ИОПК 5.2	

*2а) Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования*

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Устный опрос (УО)	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Перечень вопросов
2	Доклад с презентацией (ДсПр)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практического задания.	Темы докладов
3	Творческое задание (ТЗ)	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умение интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Темы групповых творческих заданий.
4	Зачет (Зч)	Форма контроля знаний и уровня подготовки обучающегося с выставлением не дифференцированной оценки (зачет или незачет)	Перечень вопросов для зачета.

*б) Описание шкал оценивания*

Устный опрос	A (90-100%)	Самостоятельное и оригинальное осмысление материала; ясное и убедительное рассуждение
	B (82-89%)	Четкость логики и анализа, некоторая оригинальность в осмыслении материала, в целом ответ хорошо аргументирован и убедителен
	C (75-81%)	Удовлетворительный ответ при отсутствии оригинальности или критического осмысления материала
	D (67-74%)	Логика слабая, материал недостаточно критически осмыслен, ответ сбивчивый
	E (60-66%)	Логика крайне слабая, отсутствует или неадекватна выбранной теме, читает с листа
	F (менее 60%)	Логика в ответе отсутствует или ответ отсутствует.
Доклад с презентацией	A (90-100%)	Исследуемая проблема изучена достаточно глубоко, при подготовке работы использованы современные научные источники, материал качественно систематизирован, присутствуют стройная логика изложения доклада, убедительность рассуждений, оригинальность мышления, презентация соответствует содержанию доклада, и требованиям к ее оформлению, выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал; свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории; точно укладывается в рамки регламента.
	B (82-89%)	Исследуемая проблема изучена достаточно глубоко, при подготовке работы использованы современные научные источники, материал качественно систематизирован, присутствуют стройная логика изложения доклада, убедительность рассуждений, оригинальность мышления, презентация соответствует содержанию доклада, и требованиям к ее оформлению, выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал; однако при ответах на вопросы и замечания аудитории испытывает затруднения; не укладывается в рамки регламента.
	C (75-81%)	Исследуемая проблема изучена достаточно глубоко, при подготовке работы использованы современные научные источники, материал в целом систематизирован, присутствуют логика изложения доклада, убедительность рассуждений, презентация соответствует содержанию доклада, и требованиям к ее оформлению, выступающий владеет содержанием, однако отмечается отсутствие оригинальности или критического осмысления материала, при ответах на вопросы и замечания аудитории испытывает затруднения; не укладывается в рамки регламента.

	D (67-74%)	Исследуемая проблема изучена достаточно, при подготовке работы не использованы современные научные источники, материал в целом систематизирован, присутствуют логика изложения доклада, презентация не полностью соответствует требованиям к ее оформлению, выступающий владеет содержанием, однако отмечается отсутствие оригинальности или критического осмысления материала, при ответах на вопросы и замечания аудитории испытывает затруднения; не укладывается в рамки регламента.
	E (60-66%)	Проблема изучена поверхностно, при подготовке работы не использованы современные научные источники, материал не систематизирован, логика изложения доклада нарушена, презентация не полностью соответствует требованиям к ее оформлению, выступающий не владеет содержанием, излагает материал сбивчиво, неэмоционально, читает с листа; затрудняется при ответах на вопросы и замечания аудитории; не укладывается в рамки регламента.
	F (менее 60%)	Проблема не изучена, отсутствуют источники, использованные при подготовке работы, материал не систематизирован, логика изложения доклада нарушена, презентация не соответствует требованиям к ее оформлению, выступающий не владеет содержанием, излагает материал сбивчиво, неэмоционально, читает с листа; не может ответить на вопросы и замечания аудитории; не укладывается в рамки регламента.
Творческое задание	A (90-100%)	Правильно определены рассматриваемые понятия, приведены соответствующие примеры. Глубокие знания теоретического материала и самостоятельность выполнения работы. Используются различные методы познания и большое количество различных источников информации. Изложение материала ясное и четкое, логически выстроено, приводятся различные точки зрения, имеет место обобщение выводов.
	B (82-89%)	Рассматриваемые понятия определены в целом правильно, приведенные примеры в целом уместны. Владение теоретическим материалом и самостоятельность выполнения работы. Используются различные методы познания и различные источники информации. Изложение материала в целом ясное и четкое, логически выстроено, приводятся различные точки зрения, имеет место обобщение выводов.
	C (75-81%)	Рассматриваемые понятия определены в целом правильно, однако количество примеров недостаточно. Хорошее знание теоретического материала и самостоятельность выполнения работы. Используются различные методы познания, количество использованных источников информации ограничено. Изложение материала в целом ясное и четкое, логически выстроено, однако альтернативные точки зрения отсутствуют, имеет место обобщение выводов.

	D (67-74%)	Рассматриваемые понятия определены в целом правильно, однако примеры отсутствуют. Удовлетворительное знание теоретического материала и самостоятельность выполнения работы. Количество использованных источников информации крайне ограничено. Изложение материала удовлетворительное, основные идеи понятны, однако альтернативные точки зрения отсутствуют, слабое обобщение выводов.
	E (60-66%)	Рассматриваемые понятия определены в целом правильно, однако примеры отсутствуют. Удовлетворительное знание теоретического материала и самостоятельность выполнения работы. Количество использованных источников информации крайне ограничено. Изложение материала удовлетворительное, основные идеи понятны, однако альтернативные точки зрения отсутствуют, обобщение выводов отсутствует.
	F (менее 60%)	Рассматриваемые понятия не определены или определены неправильно, отсутствуют примеры. Неудовлетворительное знание теоретического материала. Отсутствуют ссылки на использованные источники. Изложение материала нечеткое, логика доклада не ясна, обобщение выводов отсутствует.
Зачет	A (90-100%)	Самостоятельное и оригинальное осмысление материала; ясное и убедительное рассуждение
	B (82-89%)	Четкость логики и анализа, некоторая оригинальность в осмыслении материала, в целом ответ хорошо аргументирован и убедителен
	C (75-81%)	Удовлетворительный ответ при отсутствии оригинальности или критического осмысления материала
	D (67-74%)	Логика слабая, материал недостаточно критически осмыслен, ответ сбивчивый
	E (60-66%)	Логика крайне слабая, отсутствует или неадекватна выбранной теме, читает с листа
	F (менее 60%)	F (менее 60%) Логика в ответе отсутствует или ответ отсутствует.

3) *Пример типового задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков в ходе проведения промежуточной аттестации и текущего контроля*

Вопросы устного опроса по теме 1.

1. Что такое тип экономического предложения?
2. Перечислите основные типы экономических предложений.
3. Назовите факторы, которые влияют на переход от одного типа экономического предложения к другому типу.
4. Дайте характеристику временных рамок существования каждого типа экономического предложения.
5. Назовите основные характеристики каждого типа экономического предложения.
6. Охарактеризуйте понятие потребительской ценности.
7. В чем отличие сырья, товара и услуги?
8. Назовите основные виды конкуренции.
9. Охарактеризуйте понятие впечатлений.
10. Какие впечатления в туризме вы можете назвать?

Групповые задания для докладов с презентацией по теме 1.

Задание. Вам необходимо, используя Интернет, выбрать один отель из десяти для размещения двух человек на период с 28.12. по 05.01, исходя из расчета, что ваш бюджет на проживание составляет не более 150 000 руб. на весь период на двух человек. Вам необходимо составить таблицу, сделать сравнительный анализ привлекательности сайтов десяти отелей, показать какой сайт по своему содержанию произвел на вас наибольшее впечатление и обосновать свой выбор. Результаты представить в виде презентации.

Перечень изучаемых дестинаций и дифференциация задания по группам:

- Группа 1 – центральный Сочи.
- Группа 2 – Адлер, Сириус.
- Группа 3 – Красная Поляна, Роза Хутор.
- Группа 4 – Санкт-Петербург.
- Группа 5 – Москва.

Групповые творческие задания для докладов с презентацией по теме 6.

Разработайте собственный вариант создания у клиентов впечатлений и положительных эмоций от взаимодействия с компанией и с продуктом в одном из сегментов сферы туризма по выбору (размещение, питание, развлечения, транспорт, торговля и др.).

Вопросы к экзамену .

1 .Понятие типа экономического предложения , влияние технологий и других факторов на их эволюцию

2 . Основные критерии , характеристики и особенности аграрной ( сырьевой) и промышленной ( товарной) экономики как типа экономического предложения .

3 . Основные критерии, характеристики и особенности экономики услуг ( сервисной экономики ) и экономики впечатлений как типа экономического предложения.

4.Понятие потребительской ценности , эволюция потребительской ценности , факторы ее определяющие .

5.Впечатление как психофизиологическое явление и как экономический феномен.

6. Социальные впечатления как элемент конкурентного рынка .

7. Области проявления впечатлений и их основные виды ; понятия пассивного и активного участия гостя ; поглощения и погружения как типа связи с гостем

8. Развлечение и обучение как области впечатлений , их характеристики и особенности .

9. Эстетика и эскапизм как области впечатлений, их характеристики и особенности.

10. Пять принципов создания впечатлений. Понятие главной темы впечатления ; ее значение и принципы воздействия .

11. Постановочные впечатления ; основные темы постановочных впечатлений по М . Готтдинеру , по Б. Шмитту и А. Симонсону .

12 .Ощущения и позитивные стимулы ; шесть способов измерений ощущений по Б. Шмитту и А. Симсону . Одушевлённые и неодушевлённые стимулы.

13 Сувениры как материальное свидетельство о впечатлении и как фактор развития бизнеса .

14. Впечатления , ощущения и стимулы , их взаимосвязь ; позитивные и отрицательные стимулы ; одушевленные и неодушевленные стимулы .

15. Впечатление как тип экономического предложения . Понятие «плата за впечатление» . Основные виды взимания платы за впечатление .

16 Массовая персонализация и модульная структура предложения товаров и услуг. Структура среды и модульное взаимодействие ; разнообразие и персонализация .

17 Измерение степени удовлетворенности клиентов . Понятия «уступка» и «потребительская уступка» .

18. Понятие «развивающие отношения с компанией» . Массовая персонализация и индивидуальный маркетинг , новая кривая обучения . Основные принципы формирования доходов компании .

19 Четыре основных типа потребительской уступки и четыре подхода к персонализации : совместная персонализация , адаптивная персонализация , косметическая персонализация, прозрачная персонализация и их характеристики . Выбор оптимального подхода .

20 Формула удовлетворенности клиента ; «Модель трёх «У». Приёмы удивления , примеры

21 Театр как модель бизнеса. Драматическое действие и его структура . Бизнес как спектакль и четыре главные составляющие в модели Р. Шехнера : драма , сценарий , театр и представление .

22 Элементы создания сценического образа компании .

23 Четыре модели бизнеса как четыре формы театра по Э.Бойно и Б. Виктора и их характеристики

24 Новая модель бизнеса в экономике впечатлений и ее отличительные особенности . Алгоритм постановки задачи в новой модели бизнеса

25 Сцена на рабочем месте и особенности функциональных обязанностей руководителя , и руководящих служб в новой модели бизнеса ( продюсеры , драматурги , сценаристы , режисеры и др )

26. Технические специалисты в новой модели бизнеса и их особенности

27 Особенности подбора персонала и необходимые качества персонала в новой модели бизнеса; необходимые качества персонала в новой модели бизнеса

28 Потребительские предпочтения в туризме: их формы проявления и эволюция .

29 Основы проведения исследований потребительских предпочтений в туризме. Первичные и вторичные источники информации и их виды

30 Основы анализа и систематизации данных, полученных в результате исследований

*4) Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций*

Семестр	Виды работы	Индикаторы компетенций, проверяемые в процессе выполнения данного вида работы	Доля вида работы в итоговой оценке
6	Творческое задание	ИУК 9.1, ИОПК 5.1, ИОПК 5.2	от 0% до 15%
6	Работа на семинарах (участие в устном опросе, участие в дискуссиях по результатам доклада)	ИУК 9.1, ИОПК 5.1, ИОПК 5.2	от 0% до 15%
6	Зачет	ИУК 9.1, ИОПК 5.1, ИОПК 5.2	от 0% до 100%
6	Доклады на групповые темы	ИУК 9.1, ИОПК 5.1, ИОПК 5.2	От 0% до 15%

---

## **7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### ***а) официальные документы (в последней редакции):***

Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» : текст с изменениями и дополнениями на 01 марта 2026 года [принят Государственной Думой 4 октября 1996 г. : одобрен Советом Федерации 14 ноября 1996 г.] .– М, 1996 .– Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 04.06.2026 г.).

### ***б) основная литература:***

1) Россман Р., Дюрден М. Дизайн впечатлений: инструменты и шаблоны создания у клиента положительных эмоций от взаимодействия с компанией и продуктом [Электронный ресурс]: Научно-популярная литература. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2021. - 332 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=387368>

2) Бурняшева Л.А., Кольчугина Т.А., Гончарова Е.Н. Сервисология (Человек и его потребности) [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: КноРус, 2024. - 421 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/953496>

3) Дубровин И.А. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 310 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=431717>

4) Пайн Б.Д., Джеймс Х., Ливинская Н.А. Экономика впечатлений. Как превратить покупку в захватывающее действие [Электронный ресурс]: Практическое пособие. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2018. - 384 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=333656>

5) Генкин Б. М. Человек и его потребности [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: ООО "Юридическое издательство Норма", 2019. - 256 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=337348>

### ***в) дополнительная литература:***

#### ***г) литература для факультативного чтения:***

Корнеев Сергей, Мохова Юлия Туризм: перезагрузка. Как привлекать иностранных туристов в Россию. – СПб.: Питер, 2021. – 304 с.

#### ***д) Интернет-ресурсы, базы данных:***

- Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/>

- Официальный сайт туристического информационного агентства RTN (Rata-news). URL: <https://ratanews.ru/?ysclid=m1utwbnega598328977>

ЭБС BOOK.ru <https://book.ru/>

Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/>

ЭБС Znanium.com <https://znanium.com/>

ЭБС Университетская библиотека онлайн <https://biblioclub.ru/>

## **8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Лекция Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с

выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.

**Практические занятия** Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.

**Контрольная работа / индивидуальные задания** Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.

**Подготовка к экзамену** При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

## **9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

MS Office  
MS Windows  
Антивирус Касперского

## **10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Аудитория	Назначение	Оснащение
Помещение для самостоятельной работы/Библиотека (читальный зал)	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся	Оборудована специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Лицензионное программное обеспечение. Обеспечен доступ к сети "Интернет" и электронной информационно-образовательной среде Одинцовского филиала МГИМО
Помещение для самостоятельной работы/Библиотека (читальный зал)	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся	Оборудована специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Лицензионное программное обеспечение. Обеспечен доступ к сети "Интернет" и электронной информационно-образовательной среде Одинцовского филиала МГИМО
Учебные аудитории	Аудитории для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, проведения государственной итоговой аттестации	Оборудованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, демонстрационным оборудованием (экран, проектор). Рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся. Лицензионное программное обеспечение. Обеспечен доступом к сети "Интернет" и электронной информационно-образовательной среде Одинцовского филиала МГИМО

## **11. Иные сведения и (или) материалы**

См. Приложение к РПД в форме электронных документов (при наличии).

### *Лист регистрации внесенных изменений*

в рабочую программу дисциплины "Экономика впечатлений" образовательной программы по направлению подготовки 43.03.02 "Туризм", направленности (профилю) "Туризм и индустрия гостеприимства".

Рабочая программа дисциплины актуализирована 2025/2026 уч. год. Протокол заседания кафедры № \_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года.

Рабочая программа дисциплины актуализирована 2026/2027 уч. год. Протокол заседания кафедры № \_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года.

Рабочая программа дисциплины актуализирована 2027/2028 уч. год. Протокол заседания кафедры № \_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года.

Рабочая программа дисциплины актуализирована 2028/2029 уч. год. Протокол заседания кафедры № \_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года.

Рабочая программа дисциплины актуализирована 2029/2030 уч. год. Протокол заседания кафедры № \_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года.