

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономика впечатлений в сервисе»**

Учебный курс «Экономика впечатлений в сервисе» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Экономика впечатлений» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Экономика впечатлений» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы проектной деятельности», «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство», «Коммуникации в туризме», «Инновации в туризме и гостеприимстве» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Прогнозирование в туризме и гостеприимстве», «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства».

Содержание дисциплины состоит из тем, охватывающих следующий круг вопросов:

1. Теория и методология экономики впечатлений: Экономика впечатлений как научная дисциплина и предпосылки её становления, особенности экономики впечатлений, характерные черты, впечатления как предмет экономического анализа.
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. Тренды в системе глобального туризма.

3. Туристское впечатление как особый туристский продукт. Туристский продукт, услуга, впечатление. Поведенческая компонента туристского опыта. Процесс приобретения туристского опыта. Туристский опыт как условие формирования туристского впечатления. Место впечатлений в системе потребностей. Схема удовлетворения потребности при экономике услуг. Изучение международного опыта по формированию впечатлений.

**Цель** – усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и практических навыков в области инновации и организации туристских услуг концепции инновационного проектирования, работа с эмоциональной сферой, выявление эмоциональных рынков в туристской индустрии, формирование знаний об основных видах и типах услуг, которые являются инновационными для сферы туризма.

**Задачи:**

- раскрыть основные направления и тренды индустрии туризма;
- дать основополагающие принципы бизнес- планирования;
- сформировать умение оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса;
- способствовать развитию навыков оценки новых рыночных возможностей;
- способствовать освоению и владению методами и приемами;
- способствовать развитию навыков оценки и осуществления технико-экономического обоснования инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях.

Для успешного изучения дисциплины «Экономика впечатлений в сервисе» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;

- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;
- способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;
- способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

| Код и формулировка компетенции   | Этапы формирования компетенции |   |
|--|--------------------------------|---|
| ПК 14 – способность к разработке и внедрению инновационных технологий в туристской индустрии | Знает                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы инновационной деятельности</li> <li>- механизмы внедрения инновационных технологий на рынок услуг</li> </ul>  |
|  | Умеет                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>-находить и оценивать новые рыночные возможности,</li> <li>- разрабатывать инновационные технологии в туристской индустрии</li> <li>-внедрять инновационные технологии в туристской индустрии</li> </ul> |
|  | Владеет                        | -маркетинговыми методами разработки и внедрения инноваций на рынок  |

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экономика впечатлений в сервисе» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), тестирование, кейс-стади.