

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономика впечатлений в сервисе»

Рабочая программа учебной дисциплины «Экономика впечатлений в сервисе» предназначена для студентов направления 43.03.01 «Сервис».

Данная дисциплина относится к разделу вариативной части как дисциплина по выбору студента. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом по данной специальности предусмотрены лекционные занятия (64 часов), лабораторные занятия (32 часов), самостоятельная работа (80 часов, в том числе 36 часов для подготовки к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Экономика впечатлений в сервисе» основывается на знаниях дисциплины «Маркетинг», «MICE - индустрия» и подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов:

Теоретические подходы к понятию экономика впечатлений, ключевые термины и понятия, виды впечатлений. Роль экономики впечатлений в сервисных индустриях, способы участия конечного потребителя в создании впечатлений.

Цель изучения дисциплины «Экономика впечатлений в сервисе» – формирование у студентов основных теоретических знаний в области индустрии впечатлений, а так же практических навыков и компетенций в области маркетинга и менеджмента впечатлений для успешного применения в индустрии сервиса.

Задачи:

- Определение взаимосвязи понятий экономика впечатлений и маркетинг впечатлений
- Формирование практических навыков в области управления впечатлениями;
- Изучение основных понятий экономики впечатлений;

•Формирование практических навыков в области маркетинга и менеджмента впечатлений.

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

- ПК – 9 готовностью к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий;
- ОПК-2 готовностью разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя;
- ПК -10 готовностью к организации и выполнению проектов в сервисной деятельности;
- ПК -14 готовностью к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК 3 - умением разрабатывать и внедрять стандарты качества и нормы безопасности комплексного обслуживания на предприятиях сервиса готовностью к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями	Знает	стандарты качества и нормы безопасности комплексного обслуживания на предприятиях сервиса готовностью к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий
	Умеет	разрабатывать и внедрять стандарты качества и нормы безопасности комплексного обслуживания на предприятиях сервиса готовностью к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий

<p>потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных</p>	<p>Владеет</p>	<p>Умением разрабатывать и внедрять стандарты качества и нормы безопасности комплексного обслуживания на предприятиях сервиса готовностью к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий</p>
--	----------------	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины

«Экономика впечатлений в сервисе» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

- Защита проектов;
- Деловая игра;
- Игровая ситуация;
- Дискуссия.