

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

Учебный курс «Экономика впечатлений» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм».

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: теория и методология экономики впечатлений: Экономика впечатлений как научная дисциплина и предпосылки её становления, особенности экономики впечатлений, характерные черты, впечатления как предмет экономического анализа; 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. Туристское впечатление как особый туристский продукт. Туристский продукт, услуга, впечатление. Поведенческая компонента туристского опыта. Процесс приобретения туристского опыта. Туристский опыт как условие формирование туристского

впечатления. Место впечатлений в системе потребностей. Схема удовлетворения потребности при экономике услуг. Изучение международного опыта по формированию впечатлений.

**Цель дисциплины** – 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» 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	
<b>ОПК-5</b> Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	Знает	- теоретические основы разработки экономической стратегии предприятия;
	Умеет	-внедрять экономическую стратегию предприятия; -оценивать эффективность управленческих решений; -разрабатывать экономическую стратегию предприятий;
	Владеет	-методиками разработки экономической стратегии предприятий, - методиками оценки управленческих решений.
<b>ПК-3</b> способность развивать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять	Знает	- требования туристской индустрии, -приоритетные направления проектирования в туристской индустрии;

приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно – правовую документацию	Умеет	- выявлять приоритетные направления в проектировании, -составлять необходимую нормативно – правовую документацию
	Владеет	- методологией развития туристских проектов;

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