

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ НАУК О ЗЕМЛЕ И ТУРИЗМА

Утверждено:
на заседании кафедры туризма,
геоурбанистики и экономической географии
протокол № 6 от «24» января 2022 г.

Зав. кафедрой  / Закиров И.В.

Согласовано:
Председатель УМК факультета наук о Земле и
туризма



/ Фаронова Ю.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина «Экономика впечатлений»

Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Дисциплины по выбору.

программа бакалавриата

Направление подготовки
43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) подготовки
Территориальная организация и управление туристско-рекреационной деятельностью

Квалификация
бакалавр

Разработчик (составитель):
канд. геогр. наук, доцент



/ З.А.Хамадеева

Для приема: 2022 г.

Уфа-2022 г.

Составитель: Хамадеева З.А., доцент, канд. геогр. наук, доцент кафедры туризма, геоурбанистики и экономической географии

Рабочая программа дисциплины *утверждена* на заседании кафедры протокол № 6 от «24» января 2022 г.

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
 - 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине
 - 4.3. Рейтинг-план дисциплины
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

ПК-1 Способен разрабатывать туристский продукт

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен разрабатывать туристский продукт	ПК-1.1 Осуществляет организацию работ по определению потребностей туристов туристского продукта, их запросов, потребностей.	Знать: принципы SMART-целеполагания и эффективной постановки задач для реализации проектов в сфере экономики впечатлений
	ПК-1.2 Осуществляет организацию и управление территориальной информацией о туристских центрах, экскурсионных объектах	Уметь: формулировать этапы разработки, апробации, внедрения и масштабирования впечатления как продукта
	ПК-1.3 Осуществляет организацию работы со справочными и информационными материалами по ресурсоведению, по географии стран и регионов	Владеть: инструментами формирования уникального впечатления у потребителей

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экономика впечатлений» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 4 курсе во 7 семестре.

Цель изучения дисциплины: овладеть следующими образовательными результатами: развитие и совершенствование у студентов навыков анализа механизмов создания привлекательных туристических, событийных, музейных проектов при помощи экономики впечатлений, анализа историко-культурных маршрутов, фестивалей, музейных проектов, навыков управления аудиторией и создания позитивных впечатлений при помощи экономики впечатлений

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ НАУК О ЗЕМЛЕ И ТУРИЗМА

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Экономика впечатлений»
на 7 семестр

очная форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4/144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	36,2
лекций	18
практических/ семинарских	
лабораторных	18
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	107,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (контроль)	

Форма контроля:

Зачет 7 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Введение в экономику впечатлений Понятие "экономика впечатлений". Впечатление как продукт. Опыт и впечатление как источник ценности и добавленной стоимости.	2	2		20	подготовка к практическому занятию, семинару, тестированию, написание реферата	семинар, практическое задание, тестирование, реферат
2.	ДНК впечатления Методы получения опыта и впечатления при потреблении товаров и услуг. Востребованность впечатлений современным потребителем. Производство впечатлений. Перспективные направления производства впечатлений и опыта.	2	2		20	подготовка к практическому занятию, семинару, тестированию, написание реферата	семинар, практическое задание, тестирование, реферат
3.	Персонализированный сервис как инструмент формирования впечатлений Персонализация как основа коммерческого предложения впечатлений. Массовая персонализация: понятие и технологии. Потребительская уступка как риск негативного впечатления. Современные подходы массовой персонализации продукта.	2	2		20	подготовка к практическому занятию, семинару, тестированию, написание реферата	семинар, практическое задание, тестирование, реферат
4.	Современные бизнес-модели экономики впечатлений Процесс поиска и покупки как источник впечатления. Современные бизнес-модели, формирующие впечатление: Freemium, Long tail, Lock-In, Crowdfunding, Peer-to-Peer, Аукцион, Подписка и т.д.	2	2		20	подготовка к практическому занятию, семинару, тестированию, написание реферата	семинар, практическое задание, тестирование, реферат

5.	Экономика впечатлений в сфере услуг Лидеры экономики впечатлений в сфере услуг. Причины необходимости развития экономики впечатлений в сфере услуг. Программируемые ресурсы впечатлений.	10	10		27,8	подготовка к практическому занятию, семинару, тестированию, написание реферата	семинар, практическое задание, тестирование, реферат
	Всего часов:	18	18		107,8		

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотношенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и формулировка компетенции.

ПК-1 Способен разрабатывать туристский продукт

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
<p>ПК-1.1 Осуществляет организацию работ по определению потребностей туристского продукта, их запросов, потребностей.</p> <p>ПК-1.2 Осуществляет организацию и управление территориальной информацией о туристских центрах, экскурсионных объектах</p> <p>ПК-1.3 Осуществляет организацию работы со справочными и информационными материалами по ресурсоведению, по географии стран и регионов</p>	<p>Знать: принципы SMART-целеполагания и эффективной постановки задач для реализации проектов в сфере экономики впечатлений</p> <p>Уметь: формулировать этапы разработки, апробации, внедрения и масштабирования впечатления как продукта</p> <p>Владеть: инструментами формирования уникального впечатления у потребителей</p>	<p>Фрагментарные представления о методике территориальной оценки размещения и развития внутреннего туризма, сущности внутреннего туризма и его видах</p> <p>Неумение анализировать основные закономерности деятельности туристских предприятий на внутреннем рынке</p> <p>Не владеет навыками организации деятельности субъектов внутреннего туризма</p>	<p>Сформированные систематические представления о методике территориальной оценки размещения и развития внутреннего туризма, сущности внутреннего туризма и его видах</p> <p>Умение качественно анализировать основные закономерности деятельности туристских предприятий на внутреннем рынке</p> <p>Полное владение навыками организации деятельности субъектов внутреннего туризма</p>

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для экзамена: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

для экзамена:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
<p>ПК-1.1 Осуществляет организацию работ по определению потребностей туристов турпродукта, их запросов, потребностей.</p> <p>ПК-1.2 Осуществляет организацию и управление территориальной информацией о туристских центрах, экскурсионных объектах</p> <p>ПК-1.3 Осуществляет организацию работы со справочными и информационными материалами по ресурсоведению, по географии стран и регионов</p>	<p>Знать: принципы SMART-целеполагания и эффективной постановки задач для реализации проектов в сфере экономики впечатлений</p> <p>Уметь: формулировать этапы разработки, апробации, внедрения и масштабирования впечатления как продукта</p> <p>Владеть: инструментами формирования уникального впечатления у потребителей</p>	<p>семинар, практическое задание, тестирование, реферат</p>

Вопросы для подготовки к зачету

1. Экономика впечатлений: описание концепции, цель и задачи области знаний, определение ключевых понятий «опыт», «впечатление».
2. 4 уровня экономического предложения: сырье, товар, услуга, впечатление. Взаимосвязь эволюции экономического предложения и перехода от аграрной к постиндустриальной экономики.
3. Конкурентное преимущество продукта-впечатления. Причины востребованности впечатлений в продукте.
4. Процесс приобретения впечатлений. Способы интенсификации положительных впечатлений.
5. Виды впечатлений, приобретаемых от потребления товаров и услуг.
6. Типы приобретаемого опыта и впечатлений: описание и примеры.
7. Инструменты развития экономики впечатлений: массовая персонализация, «театрализованное» обслуживание, коммерческое предложение впечатлений, стимулирование трансформации и развития личности.
8. Массовая персонализация: определение понятия, основные эффекты внедрения, 4 подхода массовой персонализации продукта, примеры.
9. Причины совершенствования бизнес-моделей на современном рынке и их влияние на впечатления потребителей.
10. Современные бизнес-модели в сфере услуг: описание модели и примеры.
11. Отрасли-лидеры экономики впечатление и базовые компоненты их экономического предложения.
12. Причины развития экономики впечатлений в сфере услуг: описание, примеры.
13. Виды программируемых ресурсов впечатлений в сфере услуг.
14. Трендовые инструменты экономики впечатлений в сфере услуг: описание и примеры применения.
15. Востребованные направления экономики впечатлений в сфере услуг: развлечение, эстетика, обучение, уход от реальности. Примеры.

Темы для самостоятельной работы

Раздел 1. Теоретические аспекты экономики впечатлений

Понятие "впечатление" в экономике. Эволюция продукта как источника ценности
Свойства "впечатлений" как продукта: параметры, конкурентные преимущества, методы производства, оценка качества
Впечатление как источник ценности в продукте
Технологии производства впечатлений
Индустрии производства впечатлений
Перспективные направления формирования впечатлений у потребителей
Массовая персонализация
Потребительская уступка
Современные бизнес-модели экономики впечатлений
Экономика впечатлений в сфере услуг
Программируемые ресурсы впечатлений

Раздел 2. Анализ кейсов экономики впечатлений и проектирование впечатлений в сфере услуг

Трендовые инструменты экономики впечатлений
Проектирование впечатлений в продукте
Анализ кейсов экономики впечатлений в профессиональной сфере

Критерии оценки (в баллах): за каждый правильный ответ – 0,5 балла. Всего можно набрать 15 баллов.

Тематика семинарских заданий

Введение в экономику впечатлений

Понятие "экономика впечатлений". Впечатление как продукт. Опыт и впечатление как источник ценности и добавленной стоимости.

ДНК впечатления

Методы получения опыта и впечатления при потреблении товаров и услуг. Востребованность впечатлений современным потребителем. Производство впечатлений. Перспективные направления производства впечатлений и опыта.

Персонализированный сервис как инструмент формирования впечатлений

Персонализация как основа коммерческого предложения впечатлений. Массовая персонализация: понятие и технологии. Потребительская уступка как риск негативного впечатления. Современные подходы массовой персонализации продукта.

Современные бизнес-модели экономики впечатлений

Процесс поиска и покупки как источник впечатления. Современные бизнес-модели, формирующие впечатление: Freemium, Long tail, Lock-In, Crowdfunding, Peer-to-Peer, Аукцион, Подписка и т.д.

Экономика впечатлений в сфере услуг

Лидеры экономики впечатлений в сфере услуг. Причины необходимости развития экономики впечатлений в сфере услуг. Программируемые ресурсы впечатлений.

Всего три семинарских занятия. Максимально можно набрать 12 баллов.

Критерии оценки подготовки к каждому семинарскому занятию (в баллах):

- 4 балла выставляется, если доклад выполнен на высоком уровне и студент правильно ответил на вопросы, имеются ответы на все 4 вопроса;

- 3 балла выставляется, если доклад выполнен на хорошем уровне и студент не ответил на все вопросы, имеются ответы на все 4 вопроса;

- 2 балла выставляется студенту, если доклад выполнен на хорошем уровне и студент не смог ответить на вопросы, имеются ответы на 3 вопроса;

- 1 балла выставляется студенту, если доклад выполнен на удовлетворительном уровне, имеются ответы на 1-2 вопроса.

За участие в диспутах, за дополнения студент может получить один балл.

Практические работы

Кейс-задача.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

Задание 1. Анализ кейсов экономики впечатлений в профессиональной сфере

Необходимо подготовить кейс (пример эволюции продукта) с первого уровня экономического предложения до четвертого (сырье - товар - услуга - впечатление).

Кейс необходимо представить в виде презентации, рассмотреть основные потребительские свойства продукта на каждом уровне и описать его ценность для потребителя, то есть какие потребности он способен удовлетворить.

Пример эволюции продукта:

1. набор продовольственных продуктов для приготовления блинов
2. готовая смесь для приготовления блинов
3. услуги по приготовлению блинов в кафе
4. услуги по приготовлению Арт-блинов (изображений из теста) по выбору потребителя

Регламент презентации - 5-7 минут.

Структура презентации кейса:

1. Титульный слайд с обязательным указанием названия кейса и ФИО, группы разработчика.
2. Уровень экономического предложения "Сырье": изображение и описание сырья; структура затрат на производство сырья; целевая аудитория потребителей; потребительские свойства и ценность для потребителя; среднерыночная стоимость единицы сырья.
3. Уровень экономического предложения "Товар": изображение и описание товара, произведенного из ранее рассмотренного сырья; структура затрат на производство товара; целевая аудитория потребителей; потребительские свойства и ценность для потребителя; среднерыночная стоимость единицы товара.
4. Уровень экономического предложения "Услуга": изображение и описание услуги, предоставляемой с участием ранее рассмотренного товара; структура затрат на производство услуги; целевая аудитория потребителей; потребительские свойства и ценность для потребителя; среднерыночная стоимость услуги.
5. Уровень экономического предложения "Впечатление": изображение и описание продукта-впечатления, предоставляемой с участием ранее рассмотренного товара или услуги; структура затрат на производство продукта-впечатления; целевая аудитория потребителей; потребительские свойства и ценность для потребителя; среднерыночная стоимость продукта-впечатления.
6. Выводы.

Критерии оценки практических заданий:

1 балл – за правильное выполнение задания, правильные ответы на дополнительные вопросы,

0 баллов - задание не выполнено, задание выполнено не правильно, нет ответов на дополнительные вопросы.

4.3. Рейтинг-план дисциплины

Экономика впечатлений
(для очной формы обучения)

Направление: 43.03.02 Туризм.

Курс 4, семестр 7

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1				
Текущий контроль				
Семинарское занятие	5 за 1 работу	5	5	5
Рубежный контроль				
Контрольная работа	2,5 за 1 вопрос	10	10	10
Модуль 2				
Текущий контроль				
Семинарское занятие	5 за 1 работу	5	5	5
Рубежный контроль				
Контрольная работа	2,5 за 1 вопрос	10	10	10
Поощрительные баллы				
Публикации, участие в олимпиаде	10	1	0	10
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение практических занятий			0	-10
Итоговый контроль				
1. Зачет/ Тестирование				30

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Загорская, Л. М. Маркетинг услуг : учебное пособие / Л. М. Загорская, В. А. Назаркина. — Новосибирск : НГТУ, 2017. — 130 с.

Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 589 с.

Дополнительная литература:

Экономика впечатлений: как превратить покупку в захватывающее действие : Д.Б. Пайн, Д.Х. Гилмор ; ред. В. Кулаков ; пер. с англ. Н. Ливинской, Е. Борисова. – Москва : Альпина Паблишер, 2018. – 382 с.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» - <https://elib.bashedu.ru//>
2. Электронная библиотечная система издательства «Лань» - <https://e.lanbook.com/>
3. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>
4. Научная электронная библиотека - elibrary.ru (доступ к электронным научным журналам) - https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp
5. Электронный каталог Библиотеки БашГУ - <http://www.bashlib.ru/catalogi/>
6. Электронная библиотека диссертаций РГБ - <http://diss.rsl.ru/>
7. Государственная публичная научно-техническая библиотека России. База данных международных индексов научного цитирования SCOPUS - <http://www.gpntb.ru>.
8. Государственная публичная научно-техническая библиотека России. База данных международных индексов научного цитирования WebofScience - <http://www.gpntb.ru>

Программное обеспечение:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
2. Microsoft Office Standard 2013. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование учебных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность учебных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 806И (гуманитарный корпус).</p> <p>2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория № 806И (гуманитарный корпус).</p> <p>3. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 806И, аудитория № 807И (гуманитарный корпус)</p> <p>4. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 806И, аудитория № 807И (гуманитарный корпус)</p> <p>5. Помещения для самостоятельной работы: аудитория № 704/1 (гуманитарный корпус); абонемент №8 (читальный зал) (ауд. 815И, гуманитарный корпус)</p> <p>6. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: помещение № 817И (гуманитарный корпус)</p>	<p style="text-align: center;">Аудитория № 806И</p> <p>Учебная мебель, доска Мультимедиа-проектор Mitsubishi XD208U, XGA,3000 ANSI Нетбук Acer eMachines eME250-01G16i Atom Экран на штативе 180x180см Спектра</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 807И</p> <p>Учебная мебель, доска Мультимедиа-проектор Mitsubishi XD208U, XGA,3000 ANSI Нетбук Acer eMachines eME250-01G16i Atom Экран на штативе 180x180см Спектра</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 704/1</p> <p>Учебная мебель, доска, персональные компьютеры: Процессор Thermaltake, Intel Core 2 Duo Монитор Acer AL1916W , Window Vista Мышь Logitech (4шт.), Монитор 19" LG L1919S BF Black (LCD<TFT,8ms, 1280*1024,250кд/м,1400:1,4:3 D-Sub), Процессор InWin, Intel Core 2 Duo, Монитор Flatron 700, Процессор «Калмас», Монитор Samsung MJ17ASKN/EDC, Процессор «Intel Inside Pentium 4», клавиатура (4 шт.)</p> <p style="text-align: center;">Абонемент №8 (читальный зал)</p> <p>Учебная мебель, компьютеры в сборе (системный блок Powercool\Ryzen 3 2200G (3.5)\ 8Gb\ A320M \HDD 1Tb\ DVD-RW\450W\ Win10 Pro\ Кл-ра USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5"- 3 шт.)</p> <p style="text-align: center;">Помещение № 817И</p> <p>Мебель, учебно-наглядные пособия, мультимедиа-проекторы Mitsubishi XD208U, XGA,3000 ANSI (4 шт.), мультимедиа-проектор Sanyo SU 70, ноутбуки Samsung R530 <NP-R530-JS03> Pent, нетбук Acer eMachines eME250-01G16i Atom, (2 шт.), экраны на штативе 180x180см Спектра (4 шт.).</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.</p>