

**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)
УНИВЕРСИТЕТ**

Составлен в соответствии с
государственными требованиями к
минимуму содержания и уровню
подготовки выпускников по
направлению «Туризм» и Положением
«Об УМКД РАУ».

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института

Давтян Ж.Б

18 июля 2023, №2



Институт: Экономики и бизнеса

Кафедра: Туризма и сферы услуг

Автор(ы): к.э.н. Давтян Т.Щ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

Дисциплина: Экономика впечатлений

Для магистратуры

Направление: Туризм (43.04.02)

ЕРЕВАН - 2023

1. Аннотация

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

Дисциплина является одной из важных дисциплин в туристической деятельности, развивающей осмысленную основу для классифицированного понимания всего многообразия туристических продуктов, выделения их существенных признаков и прослеживания тенденций развития, определяя тенденции изменения потребительского спроса.

В процессе изучения дисциплины на базе анализа современного состояния развития в индустрии туризма рассматриваются вопросы, касающиеся организации различных видов туризма и перспектив их развития на конкретном отраслевом материале.

2. Содержание

2.1. Цели и задачи дисциплины

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 бизнеспланы создания нового бизнеса;
 - способствовать развитию навыков оценки новых рыночных возможностей;
 - способствовать освоению и владению методами и приемами;
 - способствовать развитию навыков оценки и осуществления технико-экономическое обоснования инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях.

2.2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

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

- 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.
- 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;

2.3. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

2.3.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах
1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:	144
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:	24
1.1.1. Лекции	12
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.	
1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов	
1.1.2.2. Кейсы	
1.1.2.3. Деловые игры, тренинги	
1.1.2.4. Контрольные работы	
1.1.2.5. Другое (указать)	
1.1.3. Семинары	12
1.1.4. Лабораторные работы	
1.1.5. Другие виды (указать)	
1.2. Самостоятельная работа, в т. ч. консультации:	93
1.2.1. Подготовка к экзаменам	27
1.2.2. Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. (указать)	
1.2.2.1. Письменные домашние задания	
1.2.2.2. Курсовые работы	
1.2.2.3. Эссе и рефераты	
1.2.2.4. Другое (указать)	
Итоговый контроль	Экзамен

2.3.2. Распределение объема дисциплины по темам и видам учебной работы

Разделы и темы дисциплины	Всего (ауд. часов)	Лекции (ак. часов)	Семинары (ак. часов)
1	2=3+4	3	4
	24	12	12
Тема 1. Предпосылки возникновения экономики впечатлений	3	1	1
Тема 2. Сущность экономики впечатлений	6	3	3
Тема 3. Влияние впечатлений на продвижение турпродуктов	6	3	3
Тема 4. Анализ конкурентоспособности стран при продвижении турпродуктов с помощью впечатлений	3	3	3
Тема 5 Способы продвижения туристических продуктов с помощью туристических впечатлений	3	2	2