

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сурат Лев Игоревич
Должность: Ректор
Дата подписания: 31.03.2026 11:10:08
Уникальный программный ключ:
90e61c548f7245de4586514a87310a4b10301e14120fb4800

**Московский
Институт
Психоанализа**

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский институт психоанализа»
(НОЧУ ВО «Московский институт психоанализа»)

*Утверждена Ученым советом вуза
Протокол № 5 от 17.12.2025 года*

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.12 ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ

СРЕДНЕГО ЗВЕНА

по специальности

51.02.02 СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ (ПО ВИДАМ)

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ:

среднее общее образование

Срок получения среднего профессионального образования по программе подготовки

специалистов среднего звена в очной форме обучения:

2 года 10 месяцев

Квалификация выпускника: менеджер социально-культурной деятельности

Москва 2025г.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1 ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

РАЗДЕЛ 2 ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

РАЗДЕЛ 3 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

РАЗДЕЛ 1 ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. Общие положения

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине Экономика впечатлений выступает составной частью ОПОП СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам) и используется для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине Экономика впечатлений разработан в соответствии с:

— Учебным планом подготовки специалистов среднего звена по специальности 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам);

— Рабочей программой учебной дисциплины Экономика впечатлений по специальности 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам).

В результате контроля и оценки по дисциплине Экономика впечатлений осуществляется проверка сформированности профессиональных (ПК) и положительной динамики общих (ОК) компетенций:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

Формой промежуточной аттестации по учебной дисциплине ОП.13 Экономика впечатлений является другая форма контроля.

1.2. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

1.2.1 С целью освоения учебной дисциплины Экономика впечатлений обучающийся должен овладеть предусмотренными ФГОС СПО умениями и знаниями, направленными на формирование общих компетенций:

Таблица 1

Форма контроля и оценивания

Результаты обучения	Форма контроля и оценивания	
	Итоговая аттестация	Текущий контроль
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
– сущность, понятие и особенности экономики впечатлений туристической индустрии, ее элементов и структур; – общие закономерности формирования концепции инновационных проектов, эмоциональных рынков; – классификацию инновационных проектов в услугах с учетом специфики экономики впечатлений; – инновационную методику в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и культурных архетипов;	Другая форма контроля	Самостоятельная работа Наблюдение за выполнением практического задания (деятельностью студента) Оценка выполнения практического задания(работы)

<p>– национальные особенности различных сегментов потребительского рынка при проведении инновационных проектов заявленного профиля.</p>		
<p>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</p>		
<p>– применять методы анализа из сферы психологического знания (эмоции, впечатление, восприятие) к разработке и поиску решений в деятельности предприятий туристской индустрии;</p> <p>– оценивать инновационно - технологические риски, влияния на них эмоциональных факторов;</p> <p>– быть готовым к внедрению современной системы стандартизации;</p> <p>– владеть приемами и методами работы с персоналом;</p> <p>– оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов;</p> <p>– разрабатывать и внедрять нормативную документацию по стандартизации, сертификации и качеству туристского продукта и услуг;</p> <p>– составлять разрабатывать и реализовывать инновационные проекты;</p> <p>– осуществлять руководство коллективом специалистов;</p> <p>– решать конфликтные ситуации ориентируясь, исключительно, на клиента;</p> <p>– быстро и решительно корректировать инновационные проекты, исходя из изменившейся ситуации;</p> <p>– применять приобретенные знания и навыки из области новых информационных технологий в своей профессиональной деятельности при решении общих и прикладных задач.</p>	<p>Другая форма контроля</p>	<p>Оценка результатов выполнения практических работ;</p> <p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практических работ.</p>

1.3. Оценка освоения учебной дисциплины

Оценки по результатам проверки выполненных обучающимися работ выставляются по десятизначной порядковой шкале:

Результаты по 10-ой шкале	Итоговая оценка	Критерии
9-10	5 (отлично)	<p>- уверенное знание и понимание учебного материала;</p> <p>- умение выделять главное в изученном материале, обобщать факты и практические примеры, делать выводы, устанавливать межпредметные и внутрпредметные связи;</p> <p>- отсутствие ошибок и недочетов при воспроизведении изученного материала (самостоятельно устраняет неточности с помощью дополнительных вопросов преподавателя);</p> <p>- соблюдение культуры устной и письменной речи, правил оформления письменных работ.</p>
7-8	4 (хорошо)	<p>- знание основного учебного материала;</p> <p>- умение выделять главное в изученном материале, обобщать факты и практические примеры, делать</p>

		<p>выводы, устанавливать межпредметные и внутрипредметные связи;</p> <ul style="list-style-type: none"> - недочеты при воспроизведении изученного материала; - соблюдение культуры устной и письменной речи, правил оформления письменных работ.
4-6	3 (удовлетворительно)	<ul style="list-style-type: none"> - знание учебного материала на уровне минимальных требований; - умение воспроизводить изученный материал, затруднения в ответе на вопросы в измененной формулировке; - наличие грубой ошибки или нескольких негрубых ошибок при воспроизведении учебного материала; - несоблюдение культуры устной и письменной речи, правил оформления письменных работ.
0-3	2 (неудовлетворительно)	<ul style="list-style-type: none"> - знание учебного материала на уровне ниже минимальных требований, фрагментные представления об изученном материале; - отсутствие умений работать на уровне воспроизведения, затруднения при ответах на стандартные вопросы; - наличие нескольких грубых ошибок, большого числа негрубых ошибок при воспроизведении изученного материала; - несоблюдение основных правил культуры письменной и устной речи, правил оформления письменных работ.

РАЗДЕЛ 2 ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Фонд оценочных средств для текущего контроля представляет собой совокупность оценочных средств с указанием критериев оценки, предназначенных для определения уровня качества студентом профессионального модуля и формирования компетенций в течение изучения профессионального модуля.

2.1. Паспорт фонда оценочных средств текущего контроля

Результаты обучения (освоенные знания и умения)	ОК, ПК	Наименование темы	Уровень освоения темы
<i>должен уметь:</i> У1-У4 <i>должен знать:</i> 31-310	ОК 01 ОК 02 ОК 04	Тема 1. Понятие и сущность инновационной экономики-экономики впечатлений.	2
		Тема 2. Характерные черты экономики ощущений	2
		Тема 3. Технологии производства услуг в экономике ощущений.	2
		Тема 4. Маркетинг экономики впечатлений.	2
		Тема 5. Компетенции специалиста эмоциональных рынков.	2

Оценочные средства по текущему контролю

Тема 1. Понятие и сущность инновационной экономики-экономики впечатлений.

Вопросы для самоподготовки по темам

Современное общество потребления: социокультурный анализ. Социально-психологические мотивы потребления (единение с другими людьми, стремление не отстать от жизни, выделение из толпы, бегство от одиночества, желание быть любимым, следование моде). Системы и фрагменты потребительского поведения. Символы и смыслы экономики впечатлений. Особенности символического потребления. Индивидуализация и уникализация потребления в сфере постмодернистской культуры. Плюрализм стилей жизни. Анализ причин перехода от экономики услуг к экономике ощущений.

Практическая работа

1. Деловая игра «Ассоциативный ряд».

Во время прохождения деловой игры студенты знакомятся с основными понятиями дисциплины заполняют конспект-организатор по каждому термину 10 ассоциаций. Обработка данных и составление графиков по итогам работы.

Тема 2. Характерные черты экономики ощущений

Вопросы для самоподготовки по темам

Анализ синонимичных названий экономики впечатлений (сенсорная экономика, experience economy, эмоциональная экономика, экономика восприятия, экономика общества мечты, экономика историй, экономика общества переживаний, экономика желаний, экономика развлечений). Физиологические аспекты человека в происхождении эмоций. Поведенческие индикаторы и уровни готовности клиента к получению услуг экономики впечатлений. Генезис экономики ощущений. Концепты данной экономики: неценовая конкуренция, режессирование переживаний, интерактивные способы

взаимодействия. Расчетная единица в экономике ощущений (количество положительных эмоций на единицу товара).

Практическая работа

2. Эмоциональные конфликты и возможности их решения.

Разработка, на основе предложенного материала, способов ликвидации основных эмоциональных конфликтов в инновациях в организации гостиничных услуг и услуг питания.

Тема 3. Технологии производства услуг в экономике ощущений

Вопросы для самоподготовки по темам

Моделирование господствующей атмосферы сервисного комплекса. Четыре модели господствующей атмосферы: возбуждающая (возбуждающе-привлекающая), успокаивающая (привлекающее - успокаивающая), впечатляющая (недружелюбно-успокаивающая), агрессивная (недружелюбно-возбуждающая). Особенности подходов к созданию инсценирования в экономике впечатлений. Понятия, аспекты, алгоритмы, инструменты инсценирования. Основные темы инсценирования. Влияние архитектуры на процесс тематизации. Тематические парки, кафе клубы, рестораны, гостиницы. Элементы и структура тематического бренда территории. Методика составления эмоциональных брендов туристской дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка.

Практическая работа

3. Инновация в процессе производства эмоционального туристического продукта.

Разработать, на основе изученного материала, эмоциональный продукт. Описать его символы и смыслы, исходя из перечисленных рынков. Сделать его презентацию.

Тема 4. Маркетинг экономики впечатлений

Содержание

Общество мечты как пространство для развития новых рынков: рынка приключений; рынка духовной близости, дружбы и любви; рынка заботы; рынка «кто-Я-Такой»; рынка душевного покоя; рынка убеждений. Традиционное отраслевое деление и инновационное деление рынков. Сегментация на рынках мечты (синглтоны, инфанты, активисты). Психовозрастные категории заявленных сегментов рынков. Конфликт и точки соприкосновения физического и эмоционального продукта. Символы как базовые компоненты эмоциональных туристских продуктов. Виртуализация рынков. Инновационные технологии в продвижении эмоциональных рынков.

Практическая работа

4. Рынок эмоций в маркетинговой сфере туризма.

Разработать эмоциональные способы рекламы выбранного турпродукта.

Тема 5. Компетенции специалиста эмоциональных рынков

Содержание

Инициативность в производстве эмоциональных продуктов. Гибкость и адаптивность, как способность сохранять эффективность в изменчивых эмоциональных предпочтениях потребителя. Стратегическое мышление как способность предвидения развития ситуации и планирование стратегии управления эмоциональной сферой потребителя. Управление задачами, пошаговое постулирование задач в производстве эмоционального товара. Ориентация на клиента, исходя из его психофизиологических особенностей. Решение проблем в суперизменчивой эмоциональной сфере. Поведенческие индикаторы как критерии владения компетенциями заявленного профиля.

Практическая работа

5. Решение тематических кейсов: «Синглтоны -кто они, их предпочтение и поведение».

Визуальные кейсы: «Эмоциональная архитектура, символы и смыслы», «Slow life».

РАЗДЕЛ 3 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Перечень примерных вопросов к сдаче итогового контроля по дисциплине
Экономика впечатлений

- 1 Эволюции концептов Experience Economy
- 2 Анализ эволюции экономических трендов от ориентации на услуги к ориентации на ощущения, впечатления.
- 3 Тренды в системе глобальной культуры.
- 4 Что такое «Инсценирование в культуре».
- 5 Перечислите основные аспекты «Инсценирования в культуре».
- 6 Назовите инструменты инсценирования
- 7 Существующие модели тематических парков
- 8 Музейные стратегии
- 9 Современная сфера услуг: характеристики, анализ трендов.
- 10 Характеристика потенциала экономики впечатлений
- 11 Технологии анализа качества ощущений в туризме.
- 12 Глобализация рынка и туризм как мир ощущений.

Итоговая работа проводится в форме защиты реферата по выбранной теме

- 1 История зарождения и развития науки экономика впечатлений.
- 2 Социологические исследования как фактор повышения эффективности работы Специалистов выбранного профиля.
- 3 Основные направления и виды научно-исследовательской работы в теории и практике экономики впечатлений.
- 4 Основные формы инноваций в организации услуг экономики впечатлений.
- 5 Инновационный менеджмент и маркетинг в заявленной сфере.
- 6 История возникновения российской индустрии экономики ощущений. Место и роль инноваций в этом аспекте.
- 7 Отражение русской национальной культуры в инновациях эмоциональных услуг.
- 9 Национальные особенности туристов, их учет при составлении инновационных программ в организации эмоциональных услуг.
- 10 Сценарно-режиссерские основы деятельности в заявленной индустрии.