

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Суров Лев Игоревич
Должность: Ректор
Дата подписания: 31.03.2026 11:05:40
Уникальный программный ключ:
90e61d348f2245de4566514a87350a9d89d73c851b3f3160a03a9eff20fb4800

**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*

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА 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.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам)

Организация-разработчик: НОЧУ ВО «Московский институт психоанализа».

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Экономика впечатлений

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Экономика впечатлений» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам).

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «Экономика впечатлений» относится к профессиональному циклу, включающему в себя общепрофессиональные дисциплины в структуре базовой подготовки.

1.3. Цель и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины

Цели освоения дисциплины: у студентов знания об основных понятиях в области инновации в организации туристских услуг концепции инновационного проектирования, работа с эмоциональной сферой, выявление эмоциональных рынков в туристской индустрии, об основных видах и типах услуг и услуг, которые являются инновационными для туристской индустрии.

Основные задачи:

развитие и совершенствование у студентов навыков анализа механизмов создания привлекательных туристических продуктов при помощи экономики впечатлений, анализа историко-культурных маршрутов, навыков управления аудиторией и создания позитивных впечатлений при помощи историко-культурного туризма.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- сущность, понятие и особенности экономики впечатлений туристской индустрии, ее элементов и структур;
- общие закономерности формирования концепции инновационных проектов, эмоциональных рынков;
- классификацию инновационных проектов в услугах с учетом специфики экономики впечатлений;
- инновационную методiku в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и культурных архетипов;
- национальные особенности различных сегментов потребительского рынка при проведении инновационных проектов заявленного профиля.

уметь:

- применять методы анализа из сферы психологического знания (эмоции, впечатление, восприятие) к разработке и поиску решений в деятельности предприятий туристской индустрии;
- оценивать инновационно - технологические риски, влияния на них эмоциональных факторов;
- быть готовым к внедрению современной системы стандартизации;
- владеть приемами и методами работы с персоналом;
- оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов;
- разрабатывать и внедрять нормативную документацию по стандартизации, сертификации и качеству туристского продукта и услуг;
- составлять, разрабатывать и реализовывать инновационные проекты;
- осуществлять руководство коллективом специалистов;
- решать конфликтные ситуации ориентируясь, исключительно, на клиента;

- быстро и решительно корректировать инновационные проекты, исходя из изменившейся ситуации;
- применять приобретенные знания и навыки из области новых информационных технологий в своей профессиональной деятельности при решении общих и прикладных задач.

владеть навыками:

- аудиторией, вне зависимости от половозрастной структуры и национальности;
- технологией подготовки инновационных проектов;
- навыками грамотного коммуникативного общения с потребителями инновационных проектов;
- методологией и методикой проведения инновационных проектов;
- навыками тематрированного взаимодействия;
- способностью интегрировать современное знание из любых профильных и непрофильных предметов;
- основными навыками инновационного проектирования;
- представлять результаты научного исследования в сфере туризма в формах отчетов, прикладных разработок, докладов, рефератов, публикаций и публичных обсуждений и др.

Перечень формируемых компетенций:

Общие компетенции (ОК):

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

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося 46 часов, в том числе:

по очной форме обучения:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка 36 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

По очной форме обучения

Вид учебной работы	Объем часов по очной форме
Максимальная учебная нагрузка (всего)	46
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	46
в том числе:	
лекции	12
практические занятия	24
курсовая работа (<i>не предусмотрена</i>)	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	10
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (<i>не предусмотрена</i>)	-
Изучение тем дисциплины, выносимых для самостоятельного изучения студентам; подготовка докладов, составление конспектов, решение задач, решение тестовых заданий.	10
подготовка к промежуточной аттестации (консультации)	-
экзамен	-
Промежуточная аттестация в форме - другая форма контроля	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины «Экономика впечатлений»

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч
Тема 1. Понятие и сущность инновационной экономики-экономики впечатлений.	Содержание	2
	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.	
	В том числе практических занятий 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.	4
Тема 2. Характерные черты экономики ощущений	Содержание	
	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).	2
	В том числе практических занятий 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.	4
Тема 3. Технологии производства услуг в экономике ощущений.	Содержание Моделирование господствующий атмосферы услугowego 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	2

	бренда туристкой дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка.	
	В том числе практических занятий	
	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.	4
Тема 4. Маркетинг экономики впечатлений.	Содержание	2
	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.	
	В том числе практических занятий	
	4. Рынок эмоций в маркетинговой сфере туризма. Разработать эмоциональные способы рекламы выбранного турпродукта.	4
Тема 5. Компетенции специалиста эмоциональных рынков.	Содержание	2
	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.	
	В том числе практических занятий	
	5. Решение тематических кейсов: «Синглтоны -кто они, их предпочтение и поведение». Визуальные кейсы: «Эмоциональная архитектура, символы и смыслы», «Slow life».	8
Промежуточная аттестация – другая форма контроля		2
Всего		46

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебная аудитория для проведения занятий всех видов.

Кабинет менеджмента и социально-культурной деятельности.

Оборудование и технические средства обучения: рабочее место преподавателя, столы для обучающихся, стулья, учебная доска, стеллаж (шкаф), ноутбук с выходом в Интернет, в ЭИОС мультимедийный проектор, экран, расходные материалы.

Помещения для организации самостоятельной и воспитательной работы.

Оборудование и технические средства обучения: Столы для обучающихся, стулья. Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС: ноутбуки с выходом в Интернет и доступом в ЭИОС.

3.2. Программное обеспечение: общесистемное и прикладное программное обеспечение

– Лицензионное ПО Microsoft Windows: Windows Professional 10 Russian Upgrade OLV NL Each AcademicEdition Additional Product (АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ No Tr095234 от 23.09.2020, срок действия – Бессрочно)

– Лицензионное ПО Microsoft Office: Office Professional Plus 2019 Russian OLV NL Each AcademicEdition (АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ No Tr095234 от 23.09.2020, срок действия – Бессрочно)

– Лицензионное ПО IBK Aster: Электронная лицензия Pro-2 для Windows 7/8/10

– Программа управления автоматизированной информационной системой дистанционного синхронного и асинхронного обучения «InStudy» (Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ «№ 2017611267, Срок действия – бессрочно.)

3.3. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Удалова, И. Б. Менеджмент в туристской индустрии: учебное пособие для бакалавров / И. Б. Удалова, Н. А. Удалова, Е. А. Машинская. — 5-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2023. — 255 с. — ISBN 978-5-394-05152-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137761.html>

2. Организация обслуживания в туристской индустрии: учебное пособие / Ю. М. Елфимова, А. В. Трухачев, А. Г. Иволга [и др.]. — Ставрополь: Секвойя, 2021. — 73 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121680.html>

3. Крамаренко, Р. А. История России: учебник / Р. А. Крамаренко, Л. В. Степаненко. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 327 с. — ISBN 978-5-7782-3409-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91263.html>

Дополнительные источники:

1. Шабашова, Л. А. Менеджмент в туристской индустрии: учебное пособие / Л. А. Шабашова. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. — 247 с. —

Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86406.html>

2. Буйленко, В. Ф. Инновации в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / В. Ф. Буйленко. — Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008. — 292 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/9587.html>

3. Безрутченко, Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. — Саратов: Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013. — 199 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/16475.html>

Современные профессиональные базы данных и библиотечные фонды

– Электронно-библиотечная система АСУ IPRsmart (Лицензионный договор №12 332/24П от «18» декабря 2024 года, срок действия до 18.12.2027 г.)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сущность, понятие и особенности экономики впечатлений туриндустрии, ее элементов и структур; – общие закономерности формирования концепции инновационных проектов, эмоциональных рынков; – классификацию инновационных проектов в услугах с учетом специфики экономики впечатлений; – инновационную методiku в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и культурных архетипов; – национальные особенности различных сегментов потребительского рынка при проведении инновационных проектов заявленного профиля. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять методы анализа из сферы психологического знания (эмоции, впечатление, восприятие) к разработке и поиску решений в деятельности предприятий туристской индустрии; – оценивать инновационно - технологические риски, влияния на них эмоциональных факторов; – быть готовым к внедрению современной системы стандартизации; – владеть приемами и методами работы с персоналом; – оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов; – разрабатывать и внедрять нормативную документацию по стандартизации, сертификации и качеству туристского продукта и услуг; – составлять разрабатывать и реализовывать инновационные проекты; – осуществлять руководство коллективом специалистов; – решать конфликтные ситуации ориентируясь, исключительно, на клиента; – быстро и решительно корректировать инновационные проекты, исходя из изменившейся ситуации; – применять приобретенные знания и навыки из области новых информационных технологий в своей профессиональной деятельности при решении общих и прикладных задач. 	<p>Оценка результатов выполнения практических работ; Экспертное наблюдение за ходом выполнения практических работ.</p>