

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 24.04.2024 09:28:25

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования**

**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

**Методические указания для обучающихся  
по организации и проведению практической работы  
по дисциплине «Экономика впечатлений в сфере туризма»  
для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм**

Пятигорск, 2024

## Введение

Дисциплина «Экономика впечатлений в сфере туризма» осваивается студентами в 5 семестре. Часть этого времени отводится на аудиторные формы работы (лекционные и семинарские занятия), которые проводятся при непосредственном участии преподавателя. Вторая часть установленных стандартом часов отводится для самостоятельной, или внеаудиторной, работы студентов.

Практическое занятие является важнейшей формой усвоения знаний. Очевидны три структурные его части: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно сам семинар (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (послесеминарская работа студентов по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях).

Не только семинар, но и предваряющая и заключающая его части являются необходимыми звеньями целостной системы усвоения вынесенной на обсуждение темы.

Практическое занятие является средством проверки знаний, отработки навыков самостоятельного изучения материалов по дисциплине, работы с литературой, умения логично и последовательно излагать усвоенный материал. Выступая на семинарском занятии, слушатели должны показать умение выделить основные положения, иллюстрировать их применение, а также делать практически значимые выводы из теоретических положений.

Ко всем темам семинарских занятий дан перечень наиболее важных вопросов, необходимых для усвоения, а также приведен список основной и дополнительной литературы, необходимой для изучения.

Для лучшего усвоения материала необходимо вести конспект в отдельной тетради. Такой конспект может быть в форме плана ответов по каждому вопросу темы, а в некоторых случаях и кратким ответом (со ссылками на соответствующий источник: нормативный материал или литературу).

На семинарском занятии большое внимание уделяется рассмотрению не только теоретических вопросов, но и выполнению практических заданий, направленных на формирование навыков работы в коллективе. К каждому семинарскому занятию студент подбирает материалы из методической литературы, СМИ, Интернета.

Если слушатель не подготовился к семинарскому занятию или пропустил его по какой-то причине (в том числе и по болезни), он обязан во внеурочное время отчитаться по этой теме перед преподавателем, ведущим занятие в группе. При возникновении трудностей при изучении курса, необходимо посетить консультацию преподавателя, ведущего занятия, в соответствии с графиком консультаций, который имеется на кафедре ТиГД.

При подготовке к семинарским занятиям по всем темам слушатели должны изучить:

- рекомендованную в плане семинарских занятий специальную литературу;
- рекомендованную в плане семинарских занятий дополнительную литературу;
- Интернет-источники.

## Методические рекомендации по изучению литературы

При работе с литературными источниками важно уметь правильно читать, понимать и запоминать прочитанное. Для понимания сложного текста важно не только быть внимательным при чтении, иметь знания и уметь их применять, но и владеть определенными мыслительными приемами. Один из них состоит в крайне важности воспринимать не отдельные слова, а предложения и даже целые группы предложений, т. е. абзацы.

При работе с литературой используются выписки (обязательное условие выписок – точное указание источника и места, откуда это выписано). Целесообразно выписки делать на карточках, что облегчает их хранение и использование. При заполнении карточек следует учитывать, что два самостоятельных вопроса заносить на одну карточку нельзя, т.к. это затруднит их классификацию и хранение. Карточка должна содержать обозначение ее содержания, номер или шифр, указывающий ее место в карточке, дату заполнения, библиографические данные. Записи на карточке следует располагать на одной стороне, они должны быть четкими и достаточно полными. При выписывании цитат крайне важно сохранять абсолютную точность при передаче мыслей автора, ставить их в кавычки. Пропуски в цитате допускаются (отмечаются многоточием), но они не должны изменять смысла высказывания. Цитата обязательно должна быть снабжена указанием источника.

В процессе работы над изучаемым материалом составляется план в целях более четкого выявления структуры текста, записи системы, в которой излагает материал данный автор, подготовки к выступлению, а также для написания какой-либо работы, записи своих мыслей с новой систематизацией материала. В плане могут встречаться отдельные цифры и другие фактические сведения, которые хотя и не являются собственно планом, но помогают в будущем его использовании (к примеру, при выступлении).

При изучении теоретического материала требуется составление конспекта.

**Конспект** – это краткая письменная запись содержания статьи, книги, лекции, предназначенные для последующего восстановления информации с различной степенью полноты.

Конспект – это систематическая, логически связная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи. Исходя из определения, выписки с отдельными пунктами плана, если в целом они не отражают логики произведения, если между отдельными частями записи нет смысловой связи, – это не конспект. В конспект включаются не только основные положения, но и доводы, их обосновывающие, конкретные факты и примеры, но без их подробного описания.

Конспектирование может осуществляться тремя способами:

- цитирование (полное или частичное) основных положений текста;
- передача основных мыслей текста «своими словами»;
- смешанный вариант.

Все варианты предполагают использование сокращений.

При написании конспекта рекомендуется следующая последовательность:

1. Проанализировать содержание каждого фрагмента текста, выделяя относительно самостоятельные по смыслу;
2. Выделить из каждой части основную информацию, убрав избыточную;
3. Записать всю важную для последующего восстановления информации своими словами или цитируя, используя сокращения.

Разделяют четыре вида конспектов:

- текстуальный,
- плановый,
- свободный,
- тематический.

**Текстуальный** состоит из отдельных авторских цитат. Необходимо только умение выделять фразы, несущие основную смысловую нагрузку. Это прекрасный источник

дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время.

**Плановый** – это конспект отдельных фрагментов материала, соответствующих названиям пунктов предварительно разработанного плана. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления.

**Свободный** конспект – индивидуальное изложение текста, т.е. отражает авторские мысли через ваше собственное видение. Требуется детальная проработка текста.

Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

**Тематический конспект** – изложение информации по одной теме из нескольких источников.

Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

#### **Оформление конспекта**

1. Название конспектируемого произведения (или его части) и его выходных данных, т.е. библиографическое описание документа.

2. План текста.

3. Изложение наиболее существенных положений изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко своими словами или в виде цитат, включая конкретные факты и примеры.

4. Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, применять условные обозначения.

5. Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками» подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

6. Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»).

7. Собственные комментарии полагайте на полях.

Итоговым продуктом самостоятельного изучения литературы по конкретным темам является конспект, средством оценки данного вида деятельности – собеседование, тестирование.

## Методические рекомендации к практической работе

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тема 1 | <p><b>Понятие «экономика впечатлений».</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Продуктовое мышление.</li> <li>2.Новый источник ценности.</li> <li>3.Экономические различия.</li> <li>4.Сырье Товары Услуги Впечатления.</li> <li>5.Товары и впечатления</li> <li>6.Первый принцип постановки впечатлений</li> </ol> <p><b>Организационная форма занятия:</b> традиционный семинар</p>                                                              |
| Тема 2 | <p><b>Организация впечатлений как процесс вовлечения клиентов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Факторы вовлеченности потребителей</li> <li>2.Области впечатлений: эскапизм, эстетика, обучение, развлечение</li> <li>3. Цели потребителей в коммуникации с брендом</li> <li>4. Этапы вовлечения клиентов в бренд</li> </ol> <p><b>Организационная форма занятия:</b> исследование впечатлений в форме деловой игры</p>                     |
| Тема 3 | <p><b>Категории тем для впечатлений.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Туристские потребности: мотивы и цели путешествий</li> <li>2. Ощущение и позитивные стимулы.</li> </ol> <p>Тенденции «макдональдизации» в отрасли туризма и гостеприимства</p> <p><b>Организационная форма занятия:</b> традиционный семинар</p>                                                                                                                     |
| Тема 4 | <p><b>Взаимодействие впечатлений и сенсорики туристов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Сенсорный (сенситивный) маркетинг</li> <li>2. сенсорные характеристики туристского бренда</li> <li>3. Эмоциональный индекс туриста. Эмоциональная составляющая подготовки специалистов для туристической отрасли</li> </ol> <p><b>Организационная форма занятия:</b> исследование воздействия сенсорных методик впечатлений в форме деловой игры</p> |
| Тема 5 | <p><b>Туристский спрос и факторы, его определяющие.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Понятие и виды туристского спроса.</li> <li>2.Эластичность туристского спроса</li> </ol> <p><b>Организационная форма занятия:</b> традиционный семинар</p>                                                                                                                                                                                             |
| Тема 6 | <p><b>Себестоимость туристского продукта.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и методика калькулирования</li> <li>2.Понятие себестоимости туристского продукта и ее состав.</li> <li>3. Методика калькулирования себестоимости туристского продукта.</li> </ol> <p><b>Организационная форма занятия:</b> калькулирование себестоимости туристского продукта.</p>                                                                      |
| Тема 7 | <p><b>Ценообразование на предприятиях туризма</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности ценообразования в туризме.</li> <li>2. Факторы и методы ценообразования в деятельности туроператоров.</li> <li>3. Установление цен на туристский продукт в соответствии со шкалой.</li> <li>4.Ценовая структура туристского продукта.</li> </ol> <p><b>Организационная форма занятия:</b> традиционный семинар</p>                              |
| Тема 8 | <p><b>Виды оплаты за доступ к впечатлениям.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Шкала потребительской ценности в стратегии ценообразования.</li> <li>2. Персонализированные скидки, расход баллов</li> <li>3. Доступ к эксклюзивным событиям</li> <li>4.Mastercard Priceless - доступ к элитным впечатлениям</li> </ol> <p><b>Организационная форма занятия:</b> традиционный семинар</p>                                                      |
| Тема 9 | <p><b>Измерение степени удовлетворенности.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Потребительские уступки и подходы к персонализации.</li> <li>2.Расчет показателя удовлетворенности клиентов NPS</li> <li>3.Расчет CSI индекса удовлетворенности клиентов</li> <li>4.Составление вопросов для выявления удовлетворенности клиентов</li> </ol> <p><b>Организационная форма занятия:</b> традиционный семинар</p>                                  |

|         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тема 10 | <p><b>Массовая персонализация.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Клиентоориентированность. Приведение услуги в соответствие личными потребностями клиента</li> <li>2. Интеграцию материалов с л CRM</li> </ol> <p><b>Организационная форма занятия:</b> разработка персонализированного турпродукта</p>                                                                                                                                                                                                         |
| Тема 11 | <p><b>Современные тренды внутреннего туризма.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Экологический туризм на примере заповедников, природных парков. Гэмпинг</li> <li>2. Кинотуризм</li> <li>3. Воркейшн</li> <li>4. Господдержка развития внутреннего туризма</li> </ol> <p><b>Организационная форма занятия:</b> съемка влогов и размещение их на платформах по теме туризма, аналитика статистических данных интернет-платформ</p>                                                                                |
| Тема 12 | <p><b>Экономика впечатлений и историко-культурный туризм.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Событийный туризм в России.</li> <li>2. Экономика впечатлений в регионе Кавказских Минеральных Вод на примере историко-культурного туризма</li> <li>3. Интерактив и анимация как часть экономики впечатлений. Практика народных игр как метод создания эмоций. Интерактивные экскурсии, иммерсивные спектакли</li> </ol> <p><b>Организационная форма занятия:</b> создание и проведение события для региона КМВ</p> |
| Тема 13 | <p><b>Алгоритм создания турсобытия</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Событийный туризм как часть турпродукта России</li> <li>2. Проектирование турсобытия</li> <li>3. Проведение и продвижение турсобытия</li> </ol> <p><b>Организационная форма занятия:</b> создание турсобытия в связи с принципами управления впечатлениями</p>                                                                                                                                                                             |

## Список рекомендуемой литературы:

### Перечень основной литературы:

1. Экономика впечатлений. Как превратить покупку в захватывающее действие: Практическое пособие / Пайн Б.Д., Джеймс Х., Ливинская Н.А. -М.:Альпина Паблишер, 2018. - 384 с.: 60х90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9614-6681-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003200>
2. Колодий, Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте : учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 326 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-00516-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/413968>

### Перечень дополнительной литературы:

1. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 291 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07403-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/441186>
2. Сущинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие для академического бакалавриата / М. Д. Сущинская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 157 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07374-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/437441>
3. Чарная, И. В. Экономика культуры : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Чарная. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 240 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07955-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/442204>
4. Joseph Pine B., James H. Gilmore . The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage. Harvard Business Press, 1999 . — 254 с. Текст : электронный Программные средства: MS Office 2010

### Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru) Научная электронная библиотека e-library;
3. [www.library.stavsu.ru](http://www.library.stavsu.ru) Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. [www.window.edu.ru](http://www.window.edu.ru) Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования**  
**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

**Методические указания для обучающихся  
по организации и проведению самостоятельной работы  
по дисциплине «Экономика впечатлений в сфере туризма»  
для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм**

Пятигорск, 2024

## Введение

Дисциплина «Экономика впечатлений в сфере туризма» осваивается студентами в 5 семестре. Часть этого времени отводится на аудиторные формы работы (лекционные и семинарские занятия), которые проводятся при непосредственном участии преподавателя. Вторая часть установленных стандартом часов отводится для самостоятельной, или внеаудиторной, работы студентов.

Под самостоятельной работой студентов понимается планируемая учебная, учебно-исследовательская, а также научно-исследовательская работа студентов, которая выполняется во внеаудиторное время по инициативе студента или по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Целью самостоятельной работы является изучение тем, не рассмотренных в течение аудиторных занятий

Задачи самостоятельной работы:

- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебно-научной деятельности проблем и вопросов;
- сформировать и закрепить умение правильно планировать и организовывать рекламную деятельность;
- повысить уровень подготовленности студентов к самостоятельной работе в соответствии с выбранной специальностью.

Выполнение заданий по самостоятельной работе позволяет студенту закрепить знания и приобрести практические навыки в сфере рекламы. В процессе её студенты должны приобрести умения получать и систематизировать знания по дисциплине, оперировать базовыми понятиями в сфере рекламной деятельности, уметь организовывать рекламную деятельность на предприятии.

Отдельной составляющей в итоговой оценке по предмету оценка самостоятельной работы не является. Вместе с тем оценка самостоятельной работы всё же имеет непосредственное отношение к итоговой оценке по дисциплине. Во-первых, оценка самостоятельной работы включается в оценку такой формы промежуточного контроля, как оценка текущей работы на семинарских занятиях. Во-вторых, так как самостоятельная работа по предмету поощряется, преподаватель может использовать (и, как правило, использует) оценку самостоятельной работы в качестве поощрительной составляющей для промежуточной и итоговой аттестации студентов. В спорных ситуациях оценка самостоятельной работы может разрешить ситуацию в пользу студента.

Независимо от вида самостоятельной работы, критериями оценки самостоятельной работы могут считаться:

- а) умение проводить анализ;
  - б) умение выделить главное (в том числе, умение ранжировать проблемы);
  - в) самостоятельность в поиске и изучении литературы, т.е. способность обобщать материал не только из лекций, но и из разных прочитанных и изученных источников;
  - г) умение использовать собственные примеры и наблюдения;
  - д) заинтересованность в предмете;
  - е) умение показать место данного вопроса в общей структуре курса, его связь с другими вопросами;
  - ж) умение применять свои знания для ответа на вопросы.
- Формами контроля могут быть проверка доклада, сообщения, реферата.

## Методические рекомендации по изучению литературы

При работе с литературными источниками важно уметь правильно читать, понимать и запоминать прочитанное. Для понимания сложного текста важно не только быть внимательным при чтении, иметь знания и уметь их применять, но и владеть определенными мыслительными приемами. Один из них состоит в крайне важности воспринимать не отдельные слова, а предложения и даже целые группы предложений, т. е. абзацы.

При работе с литературой используются выписки (обязательное условие выписок – точное указание источника и места, откуда это выписано). Целесообразно выписки делать на карточках, что облегчает их хранение и использование. При заполнении карточек следует учитывать, что два самостоятельных вопроса заносить на одну карточку нельзя, т.к. это затруднит их классификацию и хранение. Карточка должна содержать обозначение ее содержания, номер или шифр, указывающий ее место в карточке, дату заполнения, библиографические данные. Записи на карточке следует располагать на одной стороне, они должны быть четкими и достаточно полными. При выписывании цитат крайне важно сохранять абсолютную точность при передаче мыслей автора, ставить их в кавычки. Пропуски в цитате допускаются (отмечаются многоточием), но они не должны изменять смысла высказывания. Цитата обязательно должна быть снабжена указанием источника.

В процессе работы над изучаемым материалом составляется план в целях более четкого выявления структуры текста, записи системы, в которой излагает материал данный автор, подготовки к выступлению, а также для написания какой-либо работы, записи своих мыслей с новой систематизацией материала. В плане могут встречаться отдельные цифры и другие фактические сведения, которые хотя и не являются собственно планом, но помогают в будущем его использовании (к примеру, при выступлении).

При изучении теоретического материала требуется составление конспекта.

**Конспект** – это краткая письменная запись содержания статьи, книги, лекции, предназначенные для последующего восстановления информации с различной степенью полноты.

Конспект – это систематическая, логически связная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи. Исходя из определения, выписки с отдельными пунктами плана, если в целом они не отражают логики произведения, если между отдельными частями записи нет смысловой связи, – это не конспект. В конспект включаются не только основные положения, но и доводы, их обосновывающие, конкретные факты и примеры, но без их подробного описания.

Конспектирование может осуществляться тремя способами:

- цитирование (полное или частичное) основных положений текста;
- передача основных мыслей текста «своими словами»;
- смешанный вариант.

Все варианты предполагают использование сокращений.

При написании конспекта рекомендуется следующая последовательность:

4. Проанализировать содержание каждого фрагмента текста, выделяя относительно самостоятельные по смыслу;
5. Выделить из каждой части основную информацию, убрав избыточную;
6. Записать всю важную для последующего восстановления информации своими словами или цитируя, используя сокращения.

Разделяют четыре вида конспектов:

- текстуальный,
- плановый,
- свободный,
- тематический.

**Текстуальный** состоит из отдельных авторских цитат. Необходимо только умение выделять фразы, несущие основную смысловую нагрузку. Это прекрасный источник

дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время.

**Плановый** – это конспект отдельных фрагментов материала, соответствующих названиям пунктов предварительно разработанного плана. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления.

**Свободный** конспект – индивидуальное изложение текста, т.е. отражает авторские мысли через ваше собственное видение. Требуется детальная проработка текста.

Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

**Тематический конспект** – изложение информации по одной теме из нескольких источников.

Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

#### **Оформление конспекта**

8. Название конспектируемого произведения (или его части) и его выходных данных, т.е. библиографическое описание документа.

9. План текста.

10. Изложение наиболее существенных положений изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко своими словами или в виде цитат, включая конкретные факты и примеры.

11. Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, применять условные обозначения.

12. Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками» подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

13. Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»).

14. Собственные комментарии полагайте на полях.

Итоговым продуктом самостоятельного изучения литературы по конкретным темам является конспект, средством оценки данного вида деятельности – собеседование, тестирование.

## Методические рекомендации к самостоятельной работе

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тема 1 | <p><b>Понятие «экономика впечатлений».</b> Продуктовое мышление. Новый источник ценности. Экономические различия. Сырье Товары Услуги Впечатления. Товары и впечатления</p> <p>Первый принцип постановки впечатлений.</p> <p><b>Форма контроля СРС:</b> конспект, опрос.</p> <p><b>Вид самостоятельной работы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. подготовка к практическому занятию;</li> <li>2. конспектирование материалов;</li> <li>3. самостоятельное изучение литературы.</li> </ol> <p><b>Задания для СРС:</b></p> <p><b>Задание 1.</b> Изучить и законспектировать тему.</p> |
| Тема 2 | <p><b>Организация впечатлений как процесс вовлечения клиентов</b> (Области впечатлений: эскапизм, эстетика, обучение, развлечение)</p> <p><b>Форма контроля СРС:</b> конспект, опрос.</p> <p><b>Вид самостоятельной работы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. подготовка к практическому занятию;</li> <li>2. конспектирование материалов;</li> <li>3. самостоятельное изучение литературы.</li> </ol> <p><b>Задания для СРС:</b></p> <p><b>Задание 1.</b> Изучить и законспектировать тему.</p>                                                                                    |
| Тема 3 | <p><b>Категории тем для впечатлений.</b> Ощущение и позитивные стимулы.</p> <p><b>Форма контроля СРС:</b> конспект, опрос.</p> <p><b>Вид самостоятельной работы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. подготовка к практическому занятию;</li> <li>2. конспектирование материалов;</li> <li>3. самостоятельное изучение литературы.</li> </ol> <p><b>Задания для СРС:</b></p> <p><b>Задание 1.</b> Изучить и законспектировать тему.</p>                                                                                                                                               |
| Тема 4 | <p><b>Взаимодействие впечатлений и сенсорики туристов</b></p> <p><b>Форма контроля СРС:</b> конспект, опрос.</p> <p><b>Вид самостоятельной работы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. подготовка к практическому занятию;</li> <li>2. конспектирование материалов;</li> <li>3. самостоятельное изучение литературы.</li> </ol> <p><b>Задания для СРС:</b></p> <p><b>Задание 1.</b> Изучить и законспектировать тему.</p>                                                                                                                                                             |
| Тема 5 | <p><b>Туристский спрос и факторы, его определяющие.</b> Понятие и виды туристского спроса. Эластичность туристского спроса</p> <p><b>Форма контроля СРС:</b> конспект, опрос.</p> <p><b>Вид самостоятельной работы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. подготовка к практическому занятию;</li> <li>2. конспектирование материалов;</li> <li>3. самостоятельное изучение литературы.</li> </ol> <p><b>Задания для СРС:</b></p> <p><b>Задание 1.</b> Изучить и законспектировать тему.</p>                                                                                            |

|         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тема 6  | <p><b>Себестоимость туристского продукта: понятие и методика калькулирования:</b><br/> Понятие себестоимости туристского продукта и ее состав. Методика калькулирования себестоимости туристского продукта.<br/> <b>Форма контроля СРС:</b> конспект, опрос.<br/> <b>Вид самостоятельной работы:</b><br/> 1. подготовка к практическому занятию;<br/> 2. конспектирование материалов;<br/> 3. самостоятельное изучение литературы.<br/> <b>Задания для СРС:</b><br/> <b>Задание 1.</b> Изучить и законспектировать тему.</p> |
| Тема 7  | <p><b>Ценообразование на предприятиях туризма .</b><br/> <b>Форма контроля СРС:</b> конспект, опрос.<br/> <b>Вид самостоятельной работы:</b><br/> 1. подготовка к практическому занятию;<br/> 2. конспектирование материалов;<br/> 3. самостоятельное изучение литературы.<br/> <b>Задания для СРС:</b><br/> <b>Задание 1.</b> Изучить и законспектировать тему.</p>                                                                                                                                                         |
| Тема 8  | <p><b>Виды оплаты за доступ к впечатлениям. Шкала потребительской ценности в стратегии ценообразования.</b><br/> <b>Форма контроля СРС:</b> конспект, опрос.<br/> <b>Вид самостоятельной работы:</b><br/> 1. подготовка к практическому занятию;<br/> 2. конспектирование материалов;<br/> 3. самостоятельное изучение литературы.<br/> <b>Задания для СРС:</b><br/> <b>Задание 1.</b> Изучить и законспектировать тему.</p>                                                                                                 |
| Тема 9  | <p><b>Измерение степени удовлетворенности.</b> Потребительские уступки и подходы к персонализации.<br/> <b>Форма контроля СРС:</b> конспект, опрос.<br/> <b>Вид самостоятельной работы:</b><br/> 1. подготовка к практическому занятию;<br/> 2. конспектирование материалов;<br/> 3. самостоятельное изучение литературы.<br/> <b>Задания для СРС:</b><br/> <b>Задание 1.</b> Изучить и законспектировать тему.</p>                                                                                                          |
| Тема 10 | <p><b>Массовая персонализация. Клиентоориентированность.</b><br/> <b>Форма контроля СРС:</b> конспект, опрос.<br/> <b>Вид самостоятельной работы:</b><br/> 1. подготовка к практическому занятию;<br/> 2. конспектирование материалов;<br/> 3. самостоятельное изучение литературы.<br/> <b>Задания для СРС:</b><br/> <b>Задание 1.</b> Изучить и законспектировать тему.</p>                                                                                                                                                |
| Тема 11 | <p><b>Современные тренды внутреннего туризма.</b> Экологический туризм на примере заповедников, природных парков. Кинотуризм<br/> <b>Форма контроля СРС:</b> конспект, опрос.<br/> <b>Вид самостоятельной работы:</b><br/> 1. подготовка к практическому занятию;<br/> 2. конспектирование материалов;<br/> 3. самостоятельное изучение литературы.<br/> <b>Задания для СРС:</b><br/> <b>Задание 1.</b> Изучить и законспектировать тему.</p>                                                                                |

|         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тема 12 | <p><b>Экономика впечатлений и историко-культурный туризм. Событийный туризм в России.</b></p> <p><b>Форма контроля СРС:</b> конспект, опрос.</p> <p><b>Вид самостоятельной работы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. подготовка к практическому занятию;</li> <li>2. конспектирование материалов;</li> <li>3. самостоятельное изучение литературы.</li> </ol> <p><b>Задания для СРС:</b></p> <p><b>Задание 1.</b> Изучить и законспектировать тему.</p> |
| Тема 13 | <p><b>Алгоритм создания турсобытия</b></p> <p><b>Форма контроля СРС:</b> конспект, опрос.</p> <p><b>Вид самостоятельной работы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. подготовка к практическому занятию;</li> <li>2. конспектирование материалов;</li> <li>3. самостоятельное изучение литературы.</li> </ol> <p><b>Задания для СРС:</b></p> <p><b>Задание 1.</b> Изучить и законспектировать тему.</p>                                                    |

## Список рекомендуемой литературы:

### Перечень основной литературы:

1. Экономика впечатлений. Как превратить покупку в захватывающее действие: Практическое пособие / Пайн Б.Д., Джеймс Х., Ливинская Н.А. -М.:Альпина Паблишер, 2018. - 384 с.: 60х90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9614-6681-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003200>
2. Колодий, Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте : учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 326 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-00516-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/413968>

### Перечень дополнительной литературы:

1. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 291 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07403-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/441186>
2. Сущинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие для академического бакалавриата / М. Д. Сущинская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 157 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07374-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/437441>
3. Чарная, И. В. Экономика культуры : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Чарная. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 240 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07955-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/442204>
4. Joseph Pine B., James H. Gilmore . The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage. Harvard Business Press, 1999 . — 254 с. Текст : электронный Программные средства: MS Office 2010

### Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru) Научная электронная библиотека e-library;
3. [www.library.stavsu.ru](http://www.library.stavsu.ru) Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. [www.window.edu.ru](http://www.window.edu.ru) Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».