

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 10.09.2026 22:18:57
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.ДЭ.03.01 «Экономика впечатлений и культурный капитал»
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.04 Государственное и муниципальное управление
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Лидеры регионов. Санкт-Петербург
(наименование образовательной программы)

Очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора - 2026

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Усачева Екатерина Александровна, к.э.н., доцент кафедры государственного и муниципального управления

Заведующий кафедрой:

Хлутков Андрей Драгомирович, доктор экономических наук, заведующий кафедрой государственного и муниципального управления

Рабочая программа дисциплины Б1.В.01.ДЭ.03.01 «Экономика впечатлений и культурный капитал» одобрена на заседании кафедры Государственного и муниципального управления СЗИУ РАНХиГС.

Протокол № 4 от «26» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание и структура дисциплины	7
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания	9
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам	15
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине	24
7. Методические материалы по освоению дисциплины	29
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет	31
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	35

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.01.ДЭ.03.01 «Экономика впечатлений и культурный капитал» обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС <i>(при наличии)</i>	Код компетенции	Наименование Компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
Информационно-аналитическое проведение подготовки проекта А/01.6 Сбор и анализ первичной информации в рамках реализации проекта А/02.6 Подготовка финансово-экономического обоснования реализации проекта государственно-частного партнерства Приказ Минтруда России «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист в сфере управления проектами государственно-частного партнерства» от 20.07.2020, № 431	ПК-7	Способен управлять жизненным циклом проекта и его информационно-аналитическое сопровождение	ПК-7.3	Организует инициирование и планирование проектов в органах власти	ПК-7.3 З-1. Знает методологию управления проектами и принципы проектного планирования ПК-7.3 З-2. Знает особенности инициирования проектов в органах власти ПК-7.3 У-1. Умеет разрабатывать проектную документацию и планы реализации ПК-7.3 У-2. Умеет применять инструменты стратегического и календарного планирования ПК-7.3 У-3. Владеет инструментами инициирования и планирования проектов
А Оценка социальных	ПК-9	Способен осуществлять	ПК-9.1.	Выбирает методологию оценки	ПК-9.1 У-1. Умеет обосновывать

эффектов проекта социального воздействия А/01.6 Выбор методологии оценки социальных эффектов как результатов реализации проекта А/02.6 Проведение процедур оценки социальных эффектов как результатов реализации проекта А/03.6 Документирование процесса проведения оценки социальных эффектов как результатов реализации проекта А/04.6 Поддержка процесса проведения оценки социальных эффектов как результатов реализации проекта А/05.6 Подготовка отчетов по итогам оценки социальных эффектов как результата реализации проекта Приказ Минтруда России «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по управлению проектами социального воздействия, мониторингу, контролю и оценке социальных		комплексную оценку социальных эффектов проектов		социальных эффектов проектов	выбор методологии оценки для конкретного проекта ПК-9.1 У-2. Умеет проводить сравнительный анализ методологий оценки ПК-9.1 У-3. Владеет методами выбора и адаптации методологии оценки
--	--	--	--	-------------------------------------	--

эффектов деятельности организаций» от 21.04.2025 года, № 266н					
---	--	--	--	--	--

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Дисциплина может реализовываться частично с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету/профилю предоставляется студенту в деканате.

Объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 20 ак. час

Теоретические занятия (лекции) проводятся по потокам. Общий объем лекционного курса составляет 8 ак. час.

Практические занятия организуются по группам в виде семинаров в диалоговом режиме. Общий объем практических занятий 8 ак. час.

Программой предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 52 академических часа для очной формы обучения. В рамках самостоятельной работы студенты изучают теоретический материал в целях подготовки к устному опросу и тестированию, выполняют практическое задание, готовятся к выступлениям с докладами.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.01.ДЭ.03.01 «Экономика впечатлений и культурный капитал» относится к элективным дисциплинам 4 уровня профессионального базиса части, формируемой участниками образовательных отношений, по программе «Лидеры регионов. Санкт-Петербург» по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» и изучается студентами в 8 семестре 4 курса.

Курс опирается на знание следующих дисциплин:

Б1.О.01.02.08 Экономическая теория;

Б1.О.01.02.09 Теория и практика управления;

Б1.В.01.13 Прогнозирование и планирование;

Б1.В.01.16 Разработка управленческих решений.

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при подготовке и сдаче государственного экзамена.

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом является зачет.

	впечатлений.													
Тема 2	Анализ и моделирование потребительского опыта в экономике впечатлений.	26	4			4							18	УО/Т/Д/ПЗ
Тема 3	Культурный капитал как ресурс экономики впечатлений	22	2			2							18	УО/Т/Д/ПЗ
Промежуточная аттестация		4								4				Зачет
Итого		72	8			8				4			52	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

УО – устный опрос.

Д – доклад.

Т – тестирование.

ПЗ – практическое задание.

процессе обучения применяются следующие интерактивные формы: лекция-диалог, работа в малых группах, дискуссии. Темы 1-3 могут быть освоены с применением ЭО и ДОТ с контролем в системе электронного обучения Академии.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретико-методологические основы экономики впечатлений. ПК-7.3

Феномен потребления в экономике. Факторы, обуславливающие потребления. Социологические, психологические, экономические и философские концепции общества потребления. Культура потребления.

Истоки, логика и этапы развития экономики впечатлений. Принципы и постулаты экономики впечатлений. Закон убывающей предельной полезности VS концепции ограниченной рациональности в экономике впечатлений.

Тренды и особенности потребления в цифровую эпоху. Манипулирование процессами потребления в современной экономике.

Впечатления как экономическое предложение. Эмоции, ощущения, настроения и опыт потребителей как составляющие товарного предложения. Потребительский гедонизм. Удовольствие и удовлетворенность. Образ и качество жизни как продукты экономики впечатлений.

Нормативно-правовой и организационный базис развития экономики впечатлений. Инфраструктурное обеспечение развития экономики впечатлений.

Требования к компетенциям специалистов в экономике впечатлений.

Тема 2. Анализ и моделирование потребительского опыта в экономике впечатлений. ПК-9.1.

Товарное предложение, атрибуты товарного предложения, моделирование пакета товарного предложения. Композиционный и декомпозиционный метод моделирования пакета товарного предложения.

Потребители и покупатели. Сегментирование потребителей и покупателей, стратегии охвата рынка, стратегические зоны хозяйствования. Показатели конъюнктуры рынка.

Потребительское и покупательское поведение: понятие и модели. Факторы и стимулы, влияющие на выбор. Реакции потребителя.

Процесс принятия решения о покупке. Модели реакции покупателя. Вовлеченность в покупку, уровни вовлеченности.

Методы анализа потребительского и покупательского поведения. Инструменты управления настроением.

Тема 3. Культурный капитал как ресурс экономики впечатлений ПК-9.1.

Культура, компоненты культуры, функции культуры. Культурная динамика и факторы культурной динамики. Сфера культуры и отрасли культуры. Понятие и виды культурного капитала. Культурный капитал как экономический ресурс и основа формирования товарного предложения. Творчество и креатив: сходства, различия и механизмы коммерциализации. Креативные методики генерации идей: сравнительный анализ эффективности. Креативность как компетенция: развитие и оценка в профессиональной среде. Креативная экономика. Креативные индустрии. Индустрии креативной экономики: подходы к выделению и классификации. Показатели уровня развития креативных индустрий. Экосистема креативных индустрий: взаимодействие бизнеса, власти и творческих сообществ. Эстетика как составляющая культурного капитала. Эстетизация товарного предложения. Эстетизация услуг. Эстетизация сервиса. Эстетизация городской среды.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.01.ДЭ.03.01 «Экономика впечатлений и культурный капитал» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой

выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер выбранного варианта ответа (например, 3).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление	Прочитайте текст и установите	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается	Ответ считается верным, если правильно указана вся

последовательности	последовательность	последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

УО – устный опрос, Т – тестирование, ПЗ – практическое задание, Д – доклад.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема 1. Теоретико-методологические основы экономики впечатлений. ПК-7.3

Тестовые задания:

- 1) Согласитесь или опровергните: существует точка зрения, согласно которой, закон убывающей предельной полезности не распространяется на потребление впечатлений.

1. Да.
2. Нет.

2) Что отличает потребление в обществе потребления от простого обеспечения задач выживания?

1. потребление ограничено только базовыми потребностями
2. в процессе потребления участвует большая часть населения планеты
3. потребление регулируется исключительно государственными нормами
4. покупки совершаются исключительно по необходимости

3) Соотнесите характеристики общества потребления с их содержанием:

Характеристики:

1. массовое участие в потреблении
 2. трансформация роли магазинов
- а) Покупки совершаются ради самого процесса, а не только по необходимости.
- б) В потреблении участвует большая часть населения планеты.
- 4) Назовите три основные черты общества потребления, связанные с изменением мотивации покупок.

5) Кто является автором концепции, согласно которой современное общество изображается как общество изобилия, где повышается значимость сферы потребления?

1. К. Кэмпбелл
2. Э. Фромм
3. Дж. Катона
4. Г. Маркузе

6) Сколько областей впечатлений выделяют Джозеф Пайн и Джеймс Гилмор?

1. три
2. четыре
3. пять
4. шесть

7) Что понимается под креативными (творческими) индустриями в рамках Концепции развития креативных индустрий до 2030 года в РФ?

1. исключительно сфера изобразительного искусства
2. отрасли, основанные на создании и использовании интеллектуальной собственности
3. только кинопроизводство и музыкальная индустрия
4. исключительно народные художественные промыслы

Вопросы для устного опроса:

1. Раскройте содержание понятия потребление.
2. Охарактеризуйте культуру потребления.
3. Перечислите современные тренды потребления.
4. Опишите, что такое манипулирование сознанием потребителя.
5. Перечислите инструменты манипулирования массовым сознанием.
6. Перечислите составляющие эмоционального интеллекта.
7. Опишите причины необходимости эмоционального интеллекта для специалиста в экономике впечатлений.

Темы докладов:

1. Сравнительный анализ различных научных подходов к исследованию феномена общества потребления.
2. Разнообразие моделей эмоционального интеллекта: сравнительный анализ.
3. Влияние цифровизации на потребление.
4. Показатели и тренды развития экономики впечатлений в России и в мире.

ПЗ по теме 1:

Задание: «Модель продукта туристской дестинации»

Здание выполняется в группах.

Объект исследования – туристская дестинация (по выбору группы).

1. Необходимо выбрать вид туризма, который является одним из драйверов развития выбранной дестинации (выбор необходимо аргументировать).
2. Выделить материальные, нематериальные компоненты и компоненты интегрированности продукта туризма.
3. Изучив информацию о туристской дестинации необходимо построить модели продукта туризма (блочная модель) в которой следует выделить атрибуты, относящиеся к 4 областям впечатлений (развлечение, обучение, уход от реальности, эстетика).
4. Предложить возможные дополнительные атрибуты впечатлений для развития товарного предложения туризма.

Тема 2. Анализ и моделирование потребительского опыта в экономике впечатлений. ПК-9.1.

Тестовые задания:

- 1) Согласно ФЗ РФ «О защите прав потребителей» потребитель – это...
1. физическое или юридическое лицо, осуществляющее оплату деньгами и являющееся приобретателем товара или услуги;
 2. человек, использующий товары исключительно для предпринимательской деятельности;
 3. человек, имеющий намерения заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;
 4. только юридическое лицо, приобретающее услуги для корпоративных нужд.

2) Что такое покупательское поведение?

1. только процесс выбора и покупки товара;
2. поведение, проявляемое покупателями в процессе поиска, выбора, покупки, использования, оценки и утилизации продуктов, услуг и идей;
3. внутренний процесс мыслей и чувств перед покупкой;
4. реакция потребителя после использования товара.

3) Совокупность покупателей, проявляющих интерес и имеющих доход и доступ к определенному товару или услуге – это...

1. Потенциальный рынок.
2. Квалифицированный рынок.
3. Доступный рынок.
4. Целевой рынок.

4) Какую из перечисленных стратегических задач нельзя решить с помощью карт восприятия?

1. поиск рыночной ниши
2. анализ конкурентов
3. определение ключевых направлений повышения качества товара
4. определение возможностей снижения стоимости товара

5) Какие переменные необходимо учитывать при проведении сегментации?

1. Функции потребностей и технологии.
2. Группы потребителей, функции потребностей и технологии.
3. Группы потребителей и технологии.
4. Группы потребителей и функции потребностей.

6) Как называют реальную причину социальных действий, стоящую за непосредственными побуждениями, помыслами, идеями и т.д.?

1. Мотив.
2. Потребность.

3. Социальный интерес.
4. Социальная установка.

7) Установите соответствие:

1. Доля сердца
2. Доля памяти

А. Показатель узнаваемости товара /бренда / производителя, измеряемый как отношение числа осведомлённых потенциальных клиентов к их общему количеству.

Б. Показатель узнаваемости товара /бренда / производителя, измеряемый как общее число потребителей в первую очередь называющих товар /бренд / производителя к общему числу потребителей.

Вопросы для устного опроса:

1. Раскройте особенности организации и проведения панельных исследований.
2. Охарактеризуйте понятие геймификация.
3. Опишите роль нейромаркетинга в развитии продуктов экономики впечатлений.
4. Перечислите уровни пирамиды лояльности.
5. Дайте характеристику высшего уровня лояльности.

Темы докладов:

1. Композиционный метод моделирования пакета товарного предложения: принципы и практические кейсы.
2. Цифровые инструменты моделирования пакета товарного предложения.
3. ИИ в решении задач анализ потребительского и покупательского поведения.
4. Профиль клиента: традиционные инструменты и ИИ технологии.
5. Методы повышения лояльности в экономике впечатлений.
6. Модели потребительского поведения в экономике впечатлений: сравнительный анализ классических и современных подходов.
7. Eye tracking и нейромаркетинг в анализе реакции на пакет товарного предложения.
8. Стратегии создания «wow-эффекта»: практические кейсы.

ПЗ по теме 2:

1. Выберите любой продукт индустрии впечатлений, ориентированный на молодежную аудиторию. Необходимо построить карту восприятия территориального товара, выбранного группой в качестве объекта анализа.

2. Используя характеристики общества потребления, предложите три ключевых элемента стратегии, которые усилят вовлечённость клиентов для выбранного продукта индустрии впечатлений.

- укажите, какая черта общества потребления лежит в его основе;
- объясните, как он будет работать на практике;
- прогнозируйте возможный эффект.

Тема 3. Культурный капитал как ресурс экономики впечатлений ПК-9.1.

Тестовые задания:

- 1) Какие из перечисленных индустрий основаны на искусстве?
 1. Деятельность галерей
 2. Современные медиа
 3. Промышленный дизайн
 4. Театральная деятельность
- 2) Какие показатели нельзя использовать для оценки уровня развития креативных индустрий?
 1. Темп роста добавленной стоимости.
 2. Производительность труда.
 3. Инвестиционная активность.
 4. Объем экспорта.
 5. Нет правильных ответов.
- 3) Что из ниже перечисленного можно отнести к технологиям эстетизации городской среды?
 1. Сочетание урбанизированных и природных ландшафтов.
 2. Обращение к различным жанрам искусства.
 3. Развитие цифровой среды города.
 4. Повышение качества городской инфраструктуры.
- 4) Согласитесь, или опровергните: формирование единого реестра субъектов креативных индустрий следует относить к мерам федеральной поддержки креативных индустрий в РФ.
- 5) Кто впервые использовал термин «культурный капитал»?
 1. П. Сорокин
 2. Э. Фромм
 3. П. Бурдье
 4. Г. Маркузе

- 6) Какой термин используют для обозначения способа организации и развития человеческой жизнедеятельности, представленного в ее материальных и нематериальных продуктах, передаваемых из поколения в поколение?
1. Общество.
 2. Институт.
 3. Культура.
 4. Религия.

Вопросы для устного опроса:

Объясните, почему количество патентов является важным показателем развития креативной экономики. Приведите пример отрасли, где этот показатель особенно важен.

Темы докладов:

1. Культурный капитал как экономический ресурс: механизмы монетизации.
2. Формирование товарного предложения на основе культурного капитала: кейсы успешных брендов.
3. Цифровые технологии как инструмент накопления и передачи культурного капитала.
4. Культурный капитал малых городов: стратегии актуализации и продвижения.
5. Культурное наследие как основа для создания туристических продуктов.
6. Креативные кластеры как точки роста городской экономики: опыт России и мира.
7. Цифровизация креативных индустрий: новые форматы и бизнес модели.
8. Креативные индустрии в условиях санкций: адаптация и поиск новых рынков.

ПЗ по теме 3:

Задание выполняется индивидуально.

Для выбранной креативной индустрии проанализируйте ключевые показатели экономического развития в динамике не менее 5 лет.

- Сделайте общие выводы об уровне и трендах развития выбранной креативной индустрии.
- Предложите перечень дополнительных показателей для анализа.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ - 1	100	0,2	20
КТ - 2	100	0,2	20
КТ- 3	100	0,2	20
Итого:	х	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ х Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ-1

Тема 1.

Устный опрос

Тестирование

Доклад

Практическое задание

КТ-2

Тема 2.

Устный опрос

Тестирование

Практическое задание

КТ-3

Тема 3.

Устный опрос

Тестирование

Доклад
Практическое задание

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания тестирования:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Количество правильных ответов</i>	<i>0</i>	<i>Количество правильных ответов менее 55%</i>
	<i>25</i>	<i>Количество правильных ответов от 55% до 64%</i>
	<i>50</i>	<i>Количество правильных ответов от 65% до 74%</i>
	<i>75</i>	<i>Количество правильных ответов от 75% до 84%</i>
	<i>100</i>	<i>Количество правильных ответов от 85% до 100%</i>
Итого максимально:	100	

2. Критерии оценивания практического задания:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие задания</i>	<i>41-70</i>	<i>Детальное, последовательное и аргументированное решение поставленных задач</i>
	<i>21-40</i>	<i>Поверхностное описание, отсутствие аргументации и обоснования</i>
	<i>0-20</i>	<i>Задание сделано минимально, аргументация отсутствует</i>
<i>Количество выполненных заданий</i>	<i>30</i>	<i>Количество выполненных заданий от 85% до 100%</i>
	<i>15</i>	<i>Количество выполненных заданий от 55% до 84%</i>

	0	<i>Количество выполненных заданий менее 55%</i>
Итого максимально:	100	

3. Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие выбранной темы</i>	31-50	<i>Детальное, последовательное описание выбранной темы</i>
	16-30	<i>Фрагментарное описание, нарушение логики изложения материала</i>
	0-15	<i>Поверхностное описание выбранной темы</i>
<i>Достоверность и актуальность информации</i>	16-20	<i>Представленная информация подтверждена ссылками на источники</i>
	0-15	<i>Представленная информация частично подтверждена ссылками на источники или не подтверждена</i>
<i>Количество выполненных заданий</i>	30	<i>Количество выполненных заданий от 85% до 100%</i>
	15	<i>Количество выполненных заданий от 55% до 84%</i>
	0	<i>Количество выполненных заданий менее 55%</i>
Итого максимально:	100	

4. Критерии оценивания устного опроса:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Количество правильных ответов</i>	0	<i>Количество правильных ответов менее 55%</i>
	25	<i>Количество правильных ответов от 55% до 64%</i>
	50	<i>Количество правильных ответов от</i>

		65% до 74%
	75	Количество правильных ответов от 75% до 84%
	100	Количество правильных ответов от 85% до 100%
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения задач открытого типа (практических заданий, подготовки докладов), тестовых заданий студенту разрешается использование калькулятора; программ для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных. Для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях студенту можно использовать любой соответствующий онлайн-инструмент.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета

Зачет проводится в устной форме. При проведении зачета обучающийся получает экзаменационный билет с устным вопросом и практическим заданием. На выполнение заданий дается 20-40 минут. По завершении подготовки необходимо представить ответы, подробно изложив ход выполнения задания, сделать выводы (*при необходимости*).

При проведении зачета обучающийся демонстрирует знание ключевых терминов и понятий по курсу (в форме устного опроса), а также разбирает предложенное практическое задание (на подготовку ответа на практическое задание дается 10-20 мин.).

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Вопросы для подготовки к зачету

1. Феномен потребления в экономике. Современные тренды потребления.
2. Манипулирование потреблением.
3. Общество потребления: понятие, научные подходы к анализу.
4. Впечатления как экономическое предложение.

5. Эмоции, ощущения, настроения и опыт потребителей как составляющие товарного предложения.
6. Образ и качество жизни как продукты экономики впечатлений.
7. Моделирование товарного предложения
8. Макро- и микросегментация в маркетинге территорий.
9. Потребители и покупатели, целевые аудитории, субъекты влияния.
10. Потребительское и покупательское поведение
11. Методы анализа потребительского и покупательского поведения.
12. Методы анализа ожиданий, удовлетворенности и качества товара
13. Стратегии вовлечения в экономики впечатлений.
14. Культура: понятие, функции, компоненты, виды, культурная динамика
15. Понятие и виды культурного капитала.
16. Креативная экономика.
17. Креативные индустрии. Показатели уровня развития креативных индустрий.
18. Эстетизация товарного предложения.

Типовые задания для зачета

Для продукта креативных индустрий – дизайн открытых общественных пространств города:

Выделите составляющие атрибуты товара и соотнесите выделенные атрибуты с соответствующей категорией функций по модели Кано.

- Обязательные (Must-have, Basic Needs).
- Ожидаемые (Performance Needs).
- Восхищающие (Delighters, Excitement Needs).
- Нейтральные (Indifferent Needs).
- Обратные (Reverse Needs).

2. Предложите решения для механизма формирования ценности продукта креативной индустрии (по Вашему выбору).

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или b).	Согласитесь, или опровергните: существует точка зрения, согласно которой, закон убывающей предельной полезности не распространяется на потребление впечатлений. 1. Да. 2. Нет.
		Какую роль играют цифровые технологии в развитии общества потребления? а. усложняют процесс совершения покупок

			b. создают особую информационную сферу и упрощают процесс покупок c. никак не влияют на потребительское поведение d. ограничивают доступ новых потребителей к товарам						
Задание закрытого типа на установление соответствия	1. Внимательно прочитайте текст		1. Установите соответствие:						
	Определение								
	А	Эффект «бэндвэгон»		1	проявляется, когда потребитель стремится выделиться из общей массы, избегает популярных товаров и выбирает эксклюзивные или нестандартные решения — чтобы подчеркнуть свою индивидуальность.				
	Б	Эффект Веблена		2	наблюдается при стремлении потребителя приобретать товары и услуги, которые подчёркивают его высокий социальный статус и уровень дохода				
	В	Эффект сноба	3	выражается в стремлении следовать за большинством, покупать то, что популярно у других					
			2. Установите соответствие						
			<table><tr><td>Термин</td><td>Определение</td></tr><tr><td>1. Эффект «бэндвэгон»</td><td>а) наблюдается при стремлении потребителя приобретать товары и услуги, которые подчёркивают его высокий социальный статус и уровень дохода</td></tr><tr><td>2. Эффект Веблена</td><td>б) выражается в стремлении следовать за большинством, покупать то, что популярно у других</td></tr></table>	Термин	Определение	1. Эффект «бэндвэгон»	а) наблюдается при стремлении потребителя приобретать товары и услуги, которые подчёркивают его высокий социальный статус и уровень дохода	2. Эффект Веблена	б) выражается в стремлении следовать за большинством, покупать то, что популярно у других
Термин	Определение								
1. Эффект «бэндвэгон»	а) наблюдается при стремлении потребителя приобретать товары и услуги, которые подчёркивают его высокий социальный статус и уровень дохода								
2. Эффект Веблена	б) выражается в стремлении следовать за большинством, покупать то, что популярно у других								
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких предложенных	1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.		Что из ниже перечисленного можно отнести к структурным факторам, обеспечивающим конкурентоспособность территории? 1. высокое качество жизни 2. широкий ассортимент территориальных продуктов 3. позиция культурной столицы 4. эффективная территориальная политика Правильный ответ: 1,2,4						
	2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.								
	3. Выбрать несколько правильных ответов.		Что из ниже перечисленного можно отнести к структурным факторам, обеспечивающим конкурентоспособность территории? а. высокое качество жизни б. широкий ассортимент территориальных продуктов с. позиция культурной столицы д. эффективная территориальная политика Правильный ответ: а,b,d						
	4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).								
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.		1. Определите последовательность этапов процесса стратегического управления: 1. Формулирование стратегии 2. Реализация стратегии. 3. Определение направления развития организации. 4. Анализ внутренней и внешней среды. 5. Контроль за реализацией стратегии.						
	2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.								
	3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.		2. Расставьте в правильной последовательности элементы маркетинг микс: а) ценовая политика;						
	4. Записать буквы/цифры (в								

	зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	b) маркетинговые коммуникации; с) товарная политика; d) сбытовая политика
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать верный ответ и записать номер выбранного ответа. 4. Сформулировать логическое обоснование выбора: - опираясь на теоретические знания; логику и с учетом соответствия условиям задачи необходимо сформулировать 3-5 тезисов, обосновывающих выбор.	Какое из утверждений наиболее полно и точно отражает суть креативной экономики? 1. Креативная экономика — это сектор экономики, связанный исключительно с искусством и культурой (кино, музыка, дизайн). 2. Креативная экономика — это сектор экономики, основанный на создании, продвижении, распространении и реализации продуктов интеллектуальной деятельности, где знания и креативность преобразуются в инновации и экономические продукты. 3. Креативная экономика — это отрасль промышленности, занимающаяся производством цифровых технологий. Какой тип креативных индустрий ориентирован на узкий сегмент аудитории? 1. Массовые креативные индустрии 2. Нишевые креативные индустрии 3. B2B-сегмент 4. Глобализованные креативные индустрии
Задание открытого типа с развернутым ответом	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	1. Приведите пример культурной диффузии 2. Объясните разницу между творчеством и креативом

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно. Владеет терминологическим аппаратом, демонстрирует знание НПА и существующих практик. Исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством</i>	30-39

изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. В основном владеет терминологическим аппаратом, хотя допускает неточности. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Слабо владеет терминологическим аппаратом, плохо знает НПА. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	20-29
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя. Отсутствует знание терминологического аппарата.	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (при необходимости).

Для решения задач открытого типа (кейсов, ПКЗ, ПИЗ), тестовых заданий студенту разрешается использование калькулятора; программ для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных. Для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях студенту можно использовать любой соответствующий онлайн-инструмент.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Для изучения основных вопросов образовательной программы необходимо конспектировать материалы лекций, работать с рекомендованной преподавателем литературой, а также ресурсами

информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Для приобретения навыков активного использования знаний полезно обсуждать плановые и возникающие вопросы, а также решаемые задачи на практических занятиях. Чтобы легче и прочнее усвоить материал следует постоянно использовать конкретные примеры, сравнения из уже полученных областей наук.

Для закрепления изученного материала даны вопросы по каждой теме дисциплины, на которые следует самостоятельно найти ответы.

Важной составной частью учебного процесса в вузе являются практические занятия. Практические занятия проводятся главным образом по дисциплинам, требующим закрепления навыков решения задач, и помогают студентам глубже усвоить учебный материал, приобрести умения применять принципы системного подхода к решению разнообразных задач, определять и оценивать ресурсы и существующие ограничения разного рода проектов.

При подготовке к практическим занятиям необходимо проанализировать конспект лекции, ознакомиться с рекомендованной литературой по соответствующей теме, осуществить подготовку по рекомендованным в рабочей программе вопросам для обсуждения темы, выполнить домашнее задание (при необходимости).

Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю (в том числе по электронной почте). Планируя консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику. Кроме того, ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд методических материалов для быстрого повторения изученных вопросов, для мобилизации накопленных

знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

После изучения базовых тем курса проводится текущий контроль знаний студентов в виде опроса или письменного тестирования. Типовые тесты и задания по темам дисциплины приведены в специальном разделе данной рабочей программы.

Подготовка к текущему и промежуточному контролю предполагает изучение представленных вопросов к зачету, работу над тестами, представленными в данной рабочей программе, выполнение семестровой проектной работы по применению системного подхода и методов системного анализа к выбранной системе.

Работа в малых группах – это одна из самых популярных форм проведения занятий, так как она дает всем обучающимся (в том числе и стеснительным) возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия). Цель данной формы проведения занятий: продемонстрировать сходство или различия определенных явлений, выработать стратегию или разработать план, выяснить отношение различных групп участников к одному и тому же вопросу. В ходе этой работы дополнительно решаются следующие задачи: развитие навыков общения и взаимодействия в группе, формирование ценностно-ориентационного единства группы, поощрение к гибкой смене социальных ролей в зависимости от ситуации.

Группа студентов делится на несколько малых групп. Количество групп определяется числом творческих заданий, которые будут обсуждаться в процессе занятия. Малые группы формируются либо по желанию студентов, либо по родственной тематике для обсуждения. Каждая малая группа обсуждает творческое задание в течение отведенного времени. Основной этап – проведение обсуждения творческого задания. Заслушиваются суждения, предлагаемые каждой малой группой по творческому заданию. Преподаватель дает оценочное суждение и работе малых групп, по решению творческих заданий, и эффективности предложенных путей решения.

В качестве самостоятельной работы студентами выполняется семестровая работа по применению системного подхода и методов системного анализа к выбранной системе по всем темам. Рекомендуется выбрать организационно-техническую систему. Перед выполнением задания по теме 1 выбранную систему необходимо согласовать с преподавателем. При выполнении заданий по темам могут использоваться представленные студентом материалы по предыдущим темам. Выполненная семестровая работа представляется студентом на открытой защите на промежуточной аттестации.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Остапенко, Г. Ф. Управление интеллектуальной собственностью : учебное пособие / Г. Ф. Остапенко, В. Д. Остапенко. — Москва : Дашков и К, 2022. — 160 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/277619> — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнева. — 5-е изд.. — Москва : Дашков и К, 2023. — 293 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR СМАРТ : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/144069/details> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Экономика впечатлений: от теории к практике: монография / Л. И. Черникова, Е. А. Федорова, Т. А. Слепнева [и др.]; под общ. ред. Л. И. Черниковой. — Москва: КноРус, 2024. — 129 с. — URL: <https://book.ru/book/951591>

8.2 Дополнительная литература

1. Агрба А.А. Экономика впечатлений в призме культурно-ценностных парадигм // Концепт: философия, религия, культура. — 2023. — Т. 7, № 4. — С. 98–116.
2. Антонова, М. А. Культурный капитал населения региона / М. А. Антонова // Проблемы развития территории. – 2012. – № 2(58). – С. 62–69.
3. Байкова Э.Р., Апокина К.В. Экономика впечатлений: теоретико-методологические аспекты // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2024.- № 5. - С. 12–16.
4. Боровой, Е.М. Образ общества потребления в философии постмодернизма / Е. М. Боровой // Культурные индустрии в институтах общества потребления: Материалы Всероссийской научной конференции, Великий Новгород, 07–08 апреля 2020 года. – Великий Новгород: Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, 2020. – С. 16-20.
5. Гешко О.А., Черноножкина Н.В. Развитие экономики впечатлений: отечественный и зарубежный опыт //Естественно-гуманитарные исследования. - 2025. - № 3(59) – С. 116-122.
6. Горин, Д. Г. Публичная история в городском пространстве: символический ресурс прошлого и культурный капитал / Д. Г. Горин // Общество: философия, история, культура. – 2023. – № 12(116). – С. 326-331.
7. Гумерова, Г. И. Управление интеллектуальной собственностью: учебное пособие для вузов / Г. И. Гумерова, Э. Ш. Шаймиева. — 7-е

- изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 288 с.
Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588301>
8. Долгин А.Б. Экономика символического обмена. М.: Инфра-М, 2006 — 632 с.
 9. Казакова, Г. М. Культурный капитал, культурные индустрии и индустрии культуры: понятийные поиски / Г. М. Казакова // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. — 2020. — № 37. — С. 14-20.
 10. Каменец, А. В. Основы культурно-досуговой деятельности: учебник для вузов / А. В. Каменец, И. А. Урмина, Г. В. Заярская; под научной редакцией А. В. Каменца. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 158 с. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585009>
 11. Колодий, Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте: учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 326 с.
 12. Королев Ю.А., Зарождение экономики впечатлений, ретроспектива с прицелом на сегодняшние реалии. // Электронный экономический вестник Татарстана. - 2021. - №4. - С.27-38.
 13. Королев, Ю. А. Экономика впечатлений - новое социально-экономическое предложение / Ю. А. Королев, М. Н. Кашапов // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. — 2021. — № 21. — С. 119-124.
 14. Креативные индустрии. Практики зарубежных стран по развитию. Меры поддержки в РФ на период действия санкций. Тенденции развития креативных индустрий в регионах России в 2019—2021 гг. — Москва: ОА «Кэпт», 2022. — 170 с.
 15. Кривых, Е. Г. Эстетизация городской среды в контексте экономики впечатлений / Е. Г. Кривых, С. А. Чудакова // Экономика и предпринимательство. — 2023. — № 11(160). — С. 653-655.
 16. Ларионова, А. А. Экономика впечатлений: место и роль в национальной экономике / А. А. Ларионова, Л. И. Черникова // Управленческий учет. — 2022. — № 8-3.
 17. Лыгина Н. И., Паршиков Н. А., Рудакова О. В. Экономика впечатлений в России: роль сферы культуры и досуга // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2019. Т. 9, № 3 (32). С. 8—16
 18. Лобанова Ю. В. Манипулирование процессом потребления как средство эмоционализации современного социума // Философия и культура. - 2024. - №6.

19. Люберецкая, У. А. Терминология и креативность: взаимодействие в экономике впечатлений / У. А. Люберецкая // Перевод, реклама и PR в современной коммуникации. – 2023. – Т. 1. – С. 124-129.
20. Пайн Б. Джозеф II, Гилмор Джеймс Х. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. – М.: Изд-во «Вильямс», 2005.
21. Погорлецкий А. И. Впечатления как новый продукт развития экономики и общества // Экономика. Налоги. Право. - 2022. - №2.
22. Равочкин, Н. Н. Экономика впечатлений: источники и факторы становления / Н. Н. Равочкин // Kant. – 2023. – № 3(48). – С. 67-71.
23. Рейтинг креативных регионов России: 2024 / Л.М. Гохберг, В.О. Боос, К.Н. Боякова, Е.С. Куценко и др.; под ред. Л.М. Гохберга, Е.С. Куценко; – Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. – 198 с.
24. Сичкарь Т.В. Экономика впечатлений в проблемах становления цивилизации знания и риска (на примере научной деятельности Кирсанова К.А.) // Вестник Евразийской науки, 2018. - №1.
25. Христофорова, И. В. Экономика впечатлений в России: тенденции развития, методологические основы и инструменты поддержки / И. В. Христофорова, Л. И. Черникова, Е. А. Эльканова // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – Т. 17, № 3(105). – С. 31-47.
26. Черевичко Т.В. «Экономика впечатлений» учебное пособие для магистров направления подготовки 43.04.02 — «Туризм». / Саратов: СНИГУ имени Н.Г. Чернышевского, 2016. - 43 стр.
27. Черников И. А. Культура потребления в современной экономике впечатлений // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2020. № 5 (97). С. 97–105
28. Черникова, Л. И. Экономика впечатлений и потребительский опыт: концептуальные основы / Л. И. Черникова, Т. А. Слепнева, М. С. Шальнева // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2022. – № 3. – С. 74-81.
29. Чернышева, А. М. Методы и практики маркетинговых исследований: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 373 с. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589479>
30. Шершень, И. В. Развитие креативных индустрий в контексте экономики впечатлений / И. В. Шершень, О. Я. Емельянова // Регион: системы, экономика, управление. – 2023. – № 2(61). – С. 146-153.
31. Щурина, С. В. Экономика впечатлений как способ реагирования на вызовы современного мира / С. В. Щурина // Экономика. Налоги. Право. – 2022. – Т. 15, № 2. – С. 25-37.
32. Sundbo J., Sørensen F. Introduction to the experience economy. Handbook on the experience economy. Edward Elgar Publishing, 2013

8.3. Нормативно правовые документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)
2. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей»
3. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»
4. Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»
5. Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции»
6. Федеральный закон от 28.06.2014 №172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» (последняя редакция)
7. Федеральный закон от 27.12.2002 №184-ФЗ «О техническом регулировании» (последняя редакция)
8. Федеральный закон от 08.12.2003 №164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»
9. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»
10. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р «Об утверждении Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года»
11. Постановление Правительства РФ от 8 мая 2025 г. №617 «О порядке формирования и ведения единого реестра субъектов креативных (творческих) индустрий и порядке предоставления сведений субъектами креативных (творческих) индустрий, получившими финансовую и (или) имущественную поддержку в сфере креативных (творческих) индустрий».
12. Постановление Правительства РФ от 30 мая 2025 г. №789 «Об утверждении критериев признания территории креативным кластером и Правил признания территории креативным кластером».
13. Приказ Минэкономразвития России от 23 апреля 2025 г. №266 «Об утверждении перечня видов экономической деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности».

8.4. Интернет-ресурсы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы:

1. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс» http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76
2. Научно-практические статьи по экономике и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова» http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76

3. Статьи из журналов и статистических изданий Ист Вью
http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76

Англоязычные ресурсы:

1. EBSCO Publishing - доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно – популярных журналов.
2. Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

8.5. Иные источники

1. Журнал «Креативная экономика» -
<https://creativeconomy.ru/keywords/marketing-territoriy>
2. Центр развития креативной экономики АСИ <https://asi.ru/creative/>
3. Рейтинг мягкой силы стран мира (Global Soft Power Index).
<https://internationalinvestment.biz/en/research/5492-global-soft-power-index-2025-ranking-the-most-diplomatic-nations.html?ysclid=mm9jeiyhvg997326751>
4. Ассоциации «Культура и креативность»
<https://www.culturepartnership.eu/page/association>

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оснащенные персональным компьютером/ноутбуком и мультимедийным проектором
2.	Аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами и персональными компьютерами с выходом в Интернет для проведения практических занятий
3.	«МТС Линк» — российская платформа для онлайн-коммуникаций и совместной работы команд ; «Яндекс Телемост» — сервис для видеоконференций от Яндекса; Я-мессенджер
4.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV; программы для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных; соответствующие онлайн-инструменты для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях
5.	Научная библиотека (в т.ч. электронные информационные ресурсы научной библиотеки)
6.	СДО Академии https://lms.ranepa.ru/