

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.03.02 Креативная экономика и туризм  
(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.03.02 Креативная экономика и туризм одобрена на заседании кафедры Государственного и муниципального управления СЗИУ РАНХиГС.

Протокол № 4 от «26» марта 2026г.

## 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                                                                                     | 11 |
| 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.03.02 «Креативная экономика и туризм» обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

| <b>ОТФ/ТФ и<br/>реквизиты ПС</b><br><i>(при наличии)</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Код<br/>комп<br/>етенц<br/>ии</b> | <b>Наименован<br/>ие<br/>Компетенции</b>                                                    | <b>Код<br/>индикат<br/>ора<br/>достиже<br/>ния<br/>компете<br/>нций</b> | <b>Наименование<br/>индикатора<br/>достижения<br/>компетенций</b> | <b>Образовательны<br/>й результат</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Информационно-аналитическое проведение подготовки проекта<br>А/01.6 Сбор и анализ первичной информации в рамках реализации проекта<br>А/02.6 Подготовка финансово-экономического обоснования реализации проекта<br><br>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.<br>Знает методологию управления проектами и принципы проектного планирования<br><br>ПК-7.3 З-2.<br>Знает особенности инициирования проектов в органах власти<br><br>ПК-7.3 У-1.<br>Умеет разрабатывать проектную документацию и планы реализации<br><br>ПК-7.3 У-2.<br>Умеет применять инструменты стратегического и календарного планирования<br><br>ПК-7.3 У-3.<br>Владеет инструментами инициирования и планирования проектов |
| Информационно-аналитическое проведение подготовки проекта А/01.6 Сбор и анализ                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ПК-9                                 | Способен осуществлять комплексную оценку социальных эффектов                                | ПК-9.1.                                                                 | Выбирает методологию оценки социальных эффектов проектов          | ПК-9.1 У-1.<br>Умеет обосновывать выбор методологии оценки для конкретного проекта                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |          |  |  |                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----------|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>первичной информации в рамках реализации проекта А/02.6 Подготовка финансово-экономического обоснования реализации проекта</p> <p>Приказ Минтруда России «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по управлению проектами социального воздействия, мониторингу, контролю и оценке социальных эффектов деятельности организаций» от 21.04.2025 года, № 266н</p> |  | проектов |  |  | <p>ПК-9.1 У-2. Умеет проводить сравнительный анализ методологий оценки</p> <p>ПК-9.1 У-3. Владеет методами выбора и адаптации методологии оценки</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----------|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 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 быть реализована 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 академических часов.

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

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.03.02 «Креативная экономика и туризм» 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.



|                             |                                                                                                                  |    |   |  |  |   |  |  |  |   |  |  |    |           |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|--|--|---|--|--|--|---|--|--|----|-----------|
| Тема 2                      | Туризм как<br>сектор<br>креативной<br>экономики                                                                  | 26 | 4 |  |  | 4 |  |  |  |   |  |  | 18 | УО/Т/Д/ПЗ |
| Тема 3                      | Моделирование<br>и продвижение<br>товарного<br>предложения<br>туризма как<br>продукта<br>креативной<br>экономики | 22 | 2 |  |  | 2 |  |  |  |   |  |  | 18 | УО/Т/Д/ПЗ |
| Промежуточная<br>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.

В 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. Основы построения креативной экономики. ПК-7.3**

Культура, функции культуры, компоненты и виды культуры. Культурная динамика и факторы культурной динамики. Взаимосвязь экономики и культуры - современные экономические и социологические подходы. Экономические аспекты культурного наследия. Экономика символического обмена. Культура как предмет инвестиций. Маркетизация культуры. Концепция символического обмена в экономике.

Понятие и виды культурного капитала. Культурный капитал как экономический ресурс и основа формирования товарного предложения. Творчество и креатив: сходства, различия и механизмы коммерциализации. Эстетика как составляющая культурного капитала. Эстетизация товарного предложения.

Креативная экономика. Креативные индустрии. Подходы к классификации креативных индустрий. Статистика и показатели уровня развития креативных индустрий. Экосистема креативных индустрий: взаимодействие бизнеса, власти и творческих сообществ. Правовые основы развития и поддержка развития креативных индустрий в РФ.

#### **Тема 2. Туризм как сектор креативной экономики. ПК-9.1**

Содержание, виды и функции туризма. Цели и стратегические направления развития туризма. Нормативно-правовое обеспечение туризма в РФ.

Туризм как сфера экономики, отрасли туризма, индустрия туризма. Рынок туризма. Экосистема туризма.

Территории как туристские дестинации. Оценка потенциала туристской дестинации. Туризм в структуре регионального хозяйственного комплекса и социально-экономической системы региона. Туристы как «потребители» территории.

Стратегии и направления развития туризма как сектора креативной экономики. Показатели уровня развития туризма, показатели развития туристской дестинации, КРІ в индустрии туризма.

Структура туристического продукта. Моделирование туристского продукта как продукта креативной экономики. Впечатления как экономическое предложение. Эмоции, ощущения, настроения и опыт потребителей как составляющие товарного предложения. Образ жизни и качество жизни как составляющая туристского продукта. Эстетизация товарного предложения в туризме. Культурный капитал в структуре туристского продукта.

#### **Тема 3. Создание и продвижение туристского продукта как продукта креативной экономики. ПК-9.1.**

Факторы, обуславливающие потребления. Тренды и особенности потребления в цифровую эпоху. Манипулирование процессами потребления

в современной экономике. Анализ потребительского и покупательского поведения туристов.

Конкурентоспособность и конкурентный анализ в туризме.

Система 4Р в продвижении продуктов туризма. Товарная политика туристкой дестинации. Инновации в туризме. Сервисные стратегии в туризме. Ценовые стратегии в туризме.

Брендинг туристских дестинаций и продуктов туризма. Бренд-бук территории.

Традиционные и современные инструменты продвижения товарного предложения. Цифровые технологии и ИИ в продвижении.

#### **4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.01.ДЭ.03.02 «Креативная экономика и туризм» 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.<br>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.<br>3. Выбрать один верный ответ.<br>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.<br>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.<br>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.<br>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.<br>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.<br>3. Выбрать несколько правильных ответов.<br>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                                                                            | <p>последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>                                                                                          | 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 | <p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p> | <p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>                                                                                                                         |
| Задание открытого типа с развернутым ответом                                                            | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ                                    | <p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>                                                                                                                                                  | <p>Ответ считается верным:</p> <p>1. Отсутствие фактических ошибок.</p> <p>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</p> <p>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</p> <p>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p> |

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. Основы построения креативной экономики. ПК-7.3**

#### Тестовые задания:

- 1) Какие глобальные тренды в современном мире влияют на развитие креативных индустрий?
  1. Рост доли добавленной стоимости от интеллектуальной деятельности.
  2. Распространение дистанционных форм работы.
  3. Снижение роли цифровых технологий.
  4. Глобализация рынков благодаря транспортной системе и ИКТ.
  5. Все ответы верны.
- 2) Какие из перечисленных индустрий основаны на искусстве?
  1. Деятельность галерей
  2. Современные медиа
  3. Промышленный дизайн
  4. Легкая промышленность
  5. Театральная деятельность
- 3) Какой термин используют для определения процесса смешения, в культурном и социальном плане, меньшинств с остальными членами общества?
  1. Сегрегация.
  2. Секуляризация.
  3. Ассимиляция.
  4. Дискриминация.
- 4) Назовите три основные черты общества потребления, связанные с изменением мотивации покупок.
- 5) Кто из мыслителей впервые использовал термин «культура» применительно к человеческому обществу:

1. Аристотель
2. Марк Аврелий
3. Марк Тулий Цицерон
4. Тит Лукреций Кар

- 6) 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 экономический смысл понятий «капитал», «культурный капитал».
2. Сформулируйте отличие культурного капитала от других типов капитала.
3. Перечислите основные компоненты культуры как экономического ресурса.
4. Охарактеризуйте сущность символического обмена в экономике.
5. Опишите негативные последствия маркетизации культуры.
6. Дайте понятие экосистемы креативных индустрий.
7. Перечислите барьеры развития креативных индустрий?

Темы докладов:

1. Роль эстетического компонента в формировании потребительской ценности.
2. Исследование влияния креативных кластеров на экономику территорий (на примере...).
3. Инновационные модели финансирования культурных проектов.
4. Модели эффективного партнерства в креативной сфере.
5. Культурный капитал как драйвер экономического роста в современной России.
6. Культурный капитал как драйвер экономического роста (на примере...).

ПЗ по теме 1:

Задание выполняется в группах.

1. Провести анализ успешного кейса монетизации культурного наследия. Выделить экономическую составляющую, социальную составляющую, а также риски на разных стадиях анализируемого проекта.

## Тема 2. Туризм как сектор креативной экономики. ПК-9.1

### Тестовые задания:

- 1) Что из перечисленного не относится к функциям туризма?
  1. Познавательно-просветительная.
  2. Коммуникативная.
  3. Производственная.
  4. Оздоровительно-восстанавливающая.
- 2) Что является ключевым продуктом в креативном туризме?
  1. Материальные товары.
  2. Уникальные впечатления.
  3. Транспортные услуги.
  4. Сувениры.
- 3) Что включает в себя структура туристского продукта?
  1. Только перевозку и проживание.
  2. Только экскурсионные программы.
  3. Туристские услуги, работы, сопровождающие их потребление, и товары, потребляемые в туре.
  4. Только питание и развлечения.
- 4) Что понимается под экосистемой туризма?
  1. Совокупность только гостиниц и ресторанов.
  2. Совокупность взаимосвязанных элементов, включая предприятия, организации, инфраструктуру, культурные и природные ресурсы, а также потребителей (туристов).
  3. Только транспортные компании и туроператоры.
  4. Только природные ресурсы региона.
- 5) Что является одним из критериев отнесения туризма к креативным индустриям?
  1. Активное участие туриста в создании продукта.
  2. Отсутствие творческого компонента в услугах.
  3. Ориентация исключительно на массовый туризм.
  4. Использование только стандартных, шаблонных маршрутов.

### Вопросы для устного опроса:

1. Опишите отличия экономического и социологического определения туризма.

2. Перечислите функции туризма.
3. Раскройте содержание понятий отрасль туризма, сфера туризма, индустрия туризма.
4. Охарактеризуйте особенности продукта туризма.
5. Опишите критерии, по которым туризм можно отнести к креативным индустриям?

Темы докладов:

1. Туризм как межотраслевой комплекс: структура и ключевые участники.
2. Роль туризма в экономике региона: механизмы влияния и мультипликативный эффект.
3. Современные тенденции развития туризма (в мире, в России).
4. Современные тенденции развития внутреннего туризма в России.
5. Креативный туризм как драйвер развития малых городов и сельских территорий: анализ успешных кейсов.

*ПЗ по теме 2:*

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 3. Создание и продвижение туристского продукта как продукта креативной экономики. ПК-9.1.**

Тестовые задания:

- 1) Что подразумевает требование «гибридного продукта» в туризме?
  1. Только пляжный отдых.
  2. Комбинирование нескольких форматов отдыха в одном туре.
  3. Исключительно экскурсионные туры.

4. Обязательное посещение всех достопримечательностей по списку.

2) Соотнесите целевую аудиторию туристов и ее описание:

| Целевая аудитория              | Описание                                                                                                 |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Туристы «новой искренности» | А. Автопутешественники, предпочитающие поездки на расстояние «одного бака», на 1–2 дня                   |
| 2. «Продвинутые» туристы       | В. Ищут эмоции, а не исполнение «культурного долга»; ценят возможность собрать тур под свои интересы     |
| 3. Туристы нулевого километра  | С. Избегают исхоженных троп; предпочитают альтернативные варианты, демонстрирующие оригинальность выбора |

3) Назовите три основные черты общества потребления, связанные с изменением мотивации покупок.

4) Какие два подхода к оценке конкурентоспособности территории используются в настоящее время?

1. Оценка конкурентоспособности территории в сопоставлении с другими территориями
2. Оценка конкурентоспособности территории в сопоставлении с общим уровнем развития страны
3. Оценка конкурентоспособности территории с позиции уровня развития территории
4. Оценка конкурентоспособности территории в сопоставлении с территориями более высокого или более низкого уровня

5) Каким требованиям должны удовлетворять компетенции, которые являются корневыми?

1. создают особую ценность для потребителя
2. не могут быть скопированы конкурентами
3. могут быть реализованы только на конкретном рынке

6) Какова последовательность этапов покупки?

1. Выбор
2. Поиск информации
3. Осознание потребности
4. Использование
5. Реакция на покупку

Вопросы для устного опроса:

1. Назовите три ключевых фактора, которые определяют успех маркетинговых коммуникаций туристской дестинации согласно формуле М. Стелзнера.

2. Объясните, почему даже известные достопримечательности не гарантируют постоянного притока туристов в современных условиях.
3. Перечислите базовые ожидания современного отечественного туриста относительно туристского продукта территории.
4. Опишите, как местные жители могут участвовать в продвижении туристской дестинации?
5. Приведите примеры цифровых инструментов, которые помогают удовлетворить требования современных туристов к коммуникации и бронированию.
6. Раскройте понятие «кластер возможностей» применительно к туристской дестинации.

Темы докладов:

1. Подходы к оценке конкурентоспособности региона как туристской дестинации.
2. Подходы к оценке конкурентоспособности города как туристской дестинации.
3. Ключевые особенности и факторы формирования «товарного предложения туризма» Санкт-Петербурга.
4. Инструменты манипулирования массовым сознанием. Манипулирование в продвижении брендов туризма.
5. Направления формирования и развития имиджа туристской дестинации.
6. Современные цифровые технологии в туризме.
7. Жизненный цикл туристского продукта: этапы и стратегии его продления.
8. Тренды и особенности потребления туристских услуг в цифровую эпоху.
9. Позиционирование туристского продукта на рынке: анализ кейсов туристских дестинаций.
10. Персонализация сервиса в туризме: технологии и инструменты (CRM, big data).

ПЗ по теме 3:

Задание выполняется в группе.

1. Выберите любой продукт туризма, ориентированный на молодежную аудиторию.
2. Необходимо построить карту восприятия продукта, выбранного группой в качестве объекта 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>                               |
|                                       | <i>0</i>        | <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>   | <i>31-50</i>    | <i>Детальное, последовательное описание выбранной темы</i>                                       |
|                                                | <i>16-30</i>    | <i>Фрагментарное описание, нарушение логики изложения материала</i>                              |
|                                                | <i>0-15</i>     | <i>Поверхностное описание выбранной темы</i>                                                     |
| <i>Достоверность и актуальность информации</i> | <i>16-20</i>    | <i>Представленная информация подтверждена ссылками на источники</i>                              |
|                                                | <i>0-15</i>     | <i>Представленная информация частично подтверждена ссылками на источники или не подтверждена</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>                                              |
|                                                | <i>0</i>        | <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> | <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</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.).

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы: устно в ДОТ - в форме обоснованных ответов на задания различного типа; письменно в СДО - в форме письменного решения заданий различного типа; тестирование в СДО.

### **6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.**

#### Вопросы для подготовки к зачету

1. Культура: содержание понятие, функции и компоненты культуры, направления культурной динамики.
2. Культурный капитал: понятие, виды. Культурный капитал как экономический ресурс.
3. Творчество и креатив: сходства, различия и механизмы коммерциализации.
4. Концепция символического обмена в контексте экономики культуры.
5. Маркетизация культуры.
6. Креативная экономика как сектор экономики.
7. Эстетизация товарного предложения.
8. Сущность и содержание туризма.
9. Сфера туризма как составляющая экономики территории.
10. Структура туристского продукта. Моделирование туристского продукта.
11. Нормативно-правовое обеспечение туризма.
12. Показатели развития сферы туризма. KPI в туризме.
13. Впечатления как экономическое предложение.
14. Брендинг в туризме.
15. 4P туризма.
16. Конкурентоспособность дестинаций, товаров и производителей в туризме
17. Цена и ценовые стратегии в туризме. Денежные и неденежные стимулы и антистимулы.
18. Система маркетинговых коммуникаций в туризме
19. Манипулирование потреблением.
20. Методы анализа ожиданий, удовлетворенности и качества продуктов туризма

#### Типовые задания для зачета

1. Для достижения цели увеличить поток туристов на экомаршруты в Карелии в низкий сезон (осень) специалисты предложили следующие решения по стимулированию сбыта и коммуникациям:
  1. запуск серии коротких видео в соцсетях (TikTok, VK) с видами осенних лесов, озёр, рассказами гидов о редких растениях и животных;
  2. создание интерактивных карт маршрутов с отметками точек для фото, мест отдыха и кафе с локальной кухней;
  3. партнёрство с блогерами-натуралистами: они прошли маршруты и поделились впечатлениями;
  4. акция «Приведи друга» — скидка 20 % при бронировании двух мест;
  5. рассылка персонализированных писем подписчикам с подборкой туров под их интересы (рыбалка, пешие походы, фотоохота).
- К каким инструментам стимулирования сбыта или коммуникаций относятся данные решения?
- Приведите собственные примеры возможных инструментов стимулирования сбыта.

## 2. Предложите решения для механизма формирования ценности продукта креативного туризма (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 предложенных | 1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.<br>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.<br>3. Выбрать один верный ответ.<br>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.<br><div>1. Да.<br/>2. Нет.</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                              |             |             |  |                       |                    |    |                                                                                                                                                                                              |                   |                |    |                                                                                                                                         |   |              |   |                                                                                        |
|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Какую роль играют цифровые технологии в развитии общества потребления?<br><div>a. усложняют процесс совершения покупок<br/>b. создают особую информационную сферу и упрощают процесс покупок<br/>c. никак не влияют на потребительское поведение<br/>d. ограничивают доступ новых потребителей к товарам</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                              |             |             |  |                       |                    |    |                                                                                                                                                                                              |                   |                |    |                                                                                                                                         |   |              |   |                                                                                        |
| Задание закрытого типа на установление соответствия                                   | 1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.<br>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.<br>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.<br>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). | 1. Установите соответствие: <table><tr><th colspan="2">Термин</th><th colspan="2">Определение</th></tr><tr><td>А</td><td>Эффект «бэндвэгон»</td><td>1</td><td>проявляется, когда потребитель стремится выделиться из общей массы, избегает популярных товаров и выбирает эксклюзивные или нестандартные решения — чтобы подчеркнуть свою индивидуальность.</td></tr><tr><td>Б</td><td>Эффект Веблена</td><td>2</td><td>наблюдается при стремлении потребителя приобретать товары и услуги, которые подчёркивают его высокий социальный статус и уровень дохода</td></tr><tr><td>В</td><td>Эффект сноба</td><td>3</td><td>выражается в стремлении следовать за большинством, покупать то, что популярно у других</td></tr></table> | Термин                                                                                                                                                                                       |             | 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 |
|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Термин                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                              | 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                                                                                                       |             |             |  |                       |                    |    |                                                                                                                                                                                              |                   |                |    |                                                                                                                                         |   |              |   |                                                                                        |
| Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов                        | 1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 2. Установите соответствие <table><tr><th colspan="2">Термин</th><th colspan="2">Определение</th></tr><tr><td colspan="2">1. Эффект «бэндвэгон»</td><td>a)</td><td>наблюдается при стремлении потребителя приобретать товары и услуги, которые подчёркивают его высокий социальный статус и уровень дохода</td></tr><tr><td colspan="2">2. Эффект Веблена</td><td>b)</td><td>выражается в стремлении следовать за большинством, покупать то, что популярно у других</td></tr></table>                                                                                                                                                                                                                                             | Термин                                                                                                                                                                                       |             | Определение |  | 1. Эффект «бэндвэгон» |                    | a) | наблюдается при стремлении потребителя приобретать товары и услуги, которые подчёркивают его высокий социальный статус и уровень дохода                                                      | 2. Эффект Веблена |                | b) | выражается в стремлении следовать за большинством, покупать то, что популярно у других                                                  |   |              |   |                                                                                        |
|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Термин                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                              | Определение |             |  |                       |                    |    |                                                                                                                                                                                              |                   |                |    |                                                                                                                                         |   |              |   |                                                                                        |
| 1. Эффект «бэндвэгон»                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | a)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | наблюдается при стремлении потребителя приобретать товары и услуги, которые подчёркивают его высокий социальный статус и уровень дохода                                                      |             |             |  |                       |                    |    |                                                                                                                                                                                              |                   |                |    |                                                                                                                                         |   |              |   |                                                                                        |
| 2. Эффект Веблена                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | b)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | выражается в стремлении следовать за большинством, покупать то, что популярно у других                                                                                                       |             |             |  |                       |                    |    |                                                                                                                                                                                              |                   |                |    |                                                                                                                                         |   |              |   |                                                                                        |
| Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов                        | 1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Что из ниже перечисленного можно отнести к структурным факторам, обеспечивающим конкурентоспособность территории?<br>1. высокое качество жизни                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                              |             |             |  |                       |                    |    |                                                                                                                                                                                              |                   |                |    |                                                                                                                                         |   |              |   |                                                                                        |

|                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| из нескольких вариантов предложенных                                                                    | предложенных вариантов.<br>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.<br>3. Выбрать несколько правильных ответов.<br>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).                                                                                                                                                                                                                              | 2. широкий ассортимент территориальных продуктов<br>3. позиция культурной столицы<br>4. эффективная территориальная политика                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Что из ниже перечисленного можно отнести к структурным факторам, обеспечивающим конкурентоспособность территории?<br>а. высокое качество жизни<br>б. широкий ассортимент территориальных продуктов<br>с. позиция культурной столицы<br>д. эффективная территориальная политика                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Задание закрытого типа на установление последовательности                                               | 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.<br>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.<br>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.<br>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).                                                                               | 1. Определите последовательность этапов процесса стратегического управления:<br>1. Формулирование стратегии<br>2. Реализация стратегии.<br>3. Определение направления развития организации.<br>4. Анализ внутренней и внешней среды.<br>5. Контроль за реализацией стратегии.                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 2. Расставьте в правильной последовательности элементы маркетинг микс:<br>а) ценовая политика;<br>б) маркетинговые коммуникации;<br>с) товарная политика;<br>д) 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.<br>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.<br>3. Выбрать верный ответ и записать номер выбранного ответа.<br>4. Сформулировать логическое обоснование выбора:<br>- 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?<br>1. Креативная экономика — это сектор экономики, связанный исключительно с искусством и культурой (кино, музыка, дизайн).<br>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.<br>3. Креативная экономика — это отрасль промышленности, занимающаяся производством цифровых технологий. |
|                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Какой из перечисленных методов можно использовать для проведения внутреннего аудита территориального продукта?<br>1. SNW-анализ<br>2. SWOT-анализ<br>3. PEST-анализ<br>4. STEP-анализ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Задание открытого типа с развернутым ответом                                                            | 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.<br>2. Продумать логику и полноту ответа.<br>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.<br>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 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <p><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.</i></p> <p><i>Владеет терминологическим аппаратом, демонстрирует знание НПА и существующих практик.</i></p> <p><i>Исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.</i></p>                                                                                          | 40                 |
| <p><i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.</i></p> <p><i>В основном владеет терминологическим аппаратом, хотя допускает неточности.</i></p> <p><i>Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i></p>                  | 30-39              |
| <p><i>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.</i></p> <p><i>Слабо владеет терминологическим аппаратом, плохо знает НПА.</i></p> <p><i>Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i></p>                | 20-29              |
| <p><i>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.</i></p> | 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 приобретается 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. Князева, И. В. Маркетинг и брендинг территорий : учебное пособие / И. В. Князева, И. В. Бондаренко ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации, Сиб. ин-т упр. — Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2021. — 196 с. — (Образовательная платформа СИУ РАНХиГС). — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2223452> — Режим доступа: по подписке.
2. Креативные индустрии : учебное пособие / С. А. Есипова, А. Б. Зелинская, Э. В. Плучевская, Л. С. Хромцова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2026. — 115 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/159147/details> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
3. Ушакова, Е. О. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие / Е. О. Ушакова. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2023. — 79 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/155846/details> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

### **8.2 Дополнительная литература**

1. Александрова А.Ю. Туристская поездка как сумма впечатлений // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2015. – № 4. – С. 12-17.
2. Антонова, М. А. Культурный капитал населения региона / М. А. Антонова // Проблемы развития территории. – 2012. – № 2(58). – С. 62-69.

3. Афанасьев, О. Е. Экономика впечатлений в работе музейных учреждений: обзор кейс-практик / О. Е. Афанасьев // Наука - сервису: Материалы XXIII Международной научно-практической конференции, Москва, 10 октября 2018 года / Под редакцией И.В. Бушуевой, О.Е. Афанасьева. Том 1. – Москва: РУСАЙНС, 2018. – С. 263-272
4. Боголюбова, С. А. Виды и тенденции развития туризма : учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 202 с. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588410>
5. Боровинская Д.Н. Экономические и культурные основания креативности // Вестник Томского государственного университета. – 2014. – № 388. – с. 47-53.
6. Волков С.К. Туризм как сектор креативной экономики // Креативная экономика. – 2021. – Том 15. – № 5. – С. 2153–2162.
7. Воронкова, Л. П. Экономика впечатлений - новый этап в исследованиях туризма / Л. П. Воронкова // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2017. – Т. 2, № 2. – С. 10-14.
8. 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.
9. Горошко, Н. В. Мрачный туризм как феномен экономики впечатлений / Н. В. Горошко, С. В. Пацала // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2023. – № 4. – С. 355-373.
10. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 257 с. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587894>
11. Долгин А.Б. Экономика символического обмена. М.: Инфра-М, 2006 — 632 с.
12. Доценко, А. А. Мультисенсорный подход в проектировании туристских дестинаций // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2023. – Т. 17, № 1. – С. 27-38.
13. Драчева Е. Л., Христов Т. Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы // Российские регионы: взгляд в будущее. -2015. - № 3. - С. 36–50.
14. 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.

15. 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>
16. Карпова Г.А., Ткачёв В.А., Юшков М.В. Методические подходы к разработке стратегии рынка туристской сувенирной продукции в контексте развития профессиональных компетенций обучающихся по направлению подготовки «Туризм» // Архитектура университетского образования: построение единого пространства знаний. - 2020. - С. 59-64
17. Колодий, Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте: учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 326 с.
18. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 342 с.
19. 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.
20. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебник для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 273 с. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589097>
21. Кошурникова Ю.Е. Разработка портрета современного туриста как основа клиентоориентированности туристского продукта // Современные проблемы науки и образования. - 2015. - №2-2. — С.
22. 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.
23. Ларионова, А. А. Экономика впечатлений: место и роль в национальной экономике / А. А. Ларионова, Л. И. Черникова // Управленческий учет. — 2022. — № 8-3.
24. 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
25. Лобанова Ю. В. Манипулирование процессом потребления как средство эмоционализации современного социума // Философия и культура. - 2024. - №6.

26. 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.
27. Менеджмент впечатлений в туризме / А. В. Платов, И. А. Новичкова, О. И. Литвинова, Н. К. Хореева // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2022. – Т. 8, № 4. – С. 36-49.
28. Организация экскурсионной деятельности : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. В. Рассохиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 262 с.
29. Пайн Б. Джозеф П, Гилмор Джеймс Х. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. – М.: Изд-во «Вильямс», 2005.
30. Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 217 с. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585490>
31. 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.
32. Рязанова, О. Е., Креативная экономика: учебное пособие / О. Е. Рязанова, Л. С. Леонтьева, Л. Н. Орлова, В. П. Золотарева. — Москва : КноРус, 2022 — 133 с.
33. Черевичко Т.В. «Экономика впечатлений» учебное пособие для магистров направления подготовки 43.04.02 — «Туризм». / Саратов: СНИГУ имени Н.Г. Чернышевского, 2016. - 43 стр.
34. 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.

### **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. Федеральный закон от 24 ноября 1996 года №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
11. Указ Президента РФ от 20 октября 2022 года №759 «О некоторых вопросах государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности»
12. 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».
13. Постановление Правительства РФ от 30 мая 2025 г. №789 «Об утверждении критериев признания территории креативным кластером и Правил признания территории креативным кластером».
14. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 года №1852 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта»
15. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года — утверждена распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2019 года №2129-р.
16. Государственная программа РФ «Развитие туризма» — утверждена постановлением Правительства РФ от 24 декабря 2021 года №2439.
17. 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»
18. 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](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](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](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>
5. Ассоциация Туроператоров - <https://www.atorus.ru/>

## 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 <a href="https://lms.ranepa.ru/">https://lms.ranepa.ru/</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                |

