

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Романчук Иван Сергеевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.10.2022 11:14:23

Уникальный программный ключ:

6319edc2b582ffdacea443f01d5779368d0957ac34f5cd074d811815b1617179

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**

**высшего образования**

**«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

**Заместитель директора по  
учебно-методической работе  
Финансово-экономического  
института**

**О.А. Кузьменко**  
23.05.2022

**ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЯ**

**Рабочая программа дисциплины**

**для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика**

**Направленность (профиль): Прикладная экономика, Экономика и анализ данных  
формы обучения очная**

Карагулян Е.А. Экономика впечатления. Рабочая программа дисциплины для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», направленность (профиль): Прикладная экономика, Экономика и анализ данных, формы обучения очная. Тюмень, 2022.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: <http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2022

© Карагулян Е. А., 2022.

## 1. Пояснительная записка

Актуальность изучения дисциплины обусловлена тем, что современный мир переживает очередной этап эволюционного развития и такие перемены становятся катализатором изменений во многих сферах, тесно связанных с реальной жизнью, создавая новые концепции и подходы, такие как: Поведенческая экономика; доверительный маркетинг; маркетинг взаимоотношений; маркетинг впечатлений и т.д.

Их можно условно назвать обновлением старых концепций, то есть классические дисциплины дополнены открытиями в нейробиологии, фактами из исследований психологии и новыми данными, полученными за последние десятилетия. Сами понятия «впечатления» и «опыт» стали неотъемлемой частью многих направлений, связанных с бизнесом, например, клиентский опыт (customer experience); пользовательский опыт (user experience); управление опытом и впечатлениями (customer experience management); дизайн-мышление (design thinking); проектирование впечатлений (design experience); сервис-дизайн (service design) и т.д.

В научной сфере идут поиски наиболее точно описывающих новую реальность. В данном случае «экономика впечатлений» как раз и представляется наиболее полным отражением новой рыночной реальности. Мир давно вышел за пределы трех классических экономических категорий: «сырье — товар — услуга». В современном мире появилась новая – четвертая экономическая категория, ставшая товаром и критически отличающаяся от других – это впечатления.

В классической экономике человек поступает рационально, анализирует информацию, выбирая максимально выгодное для себя предложение. За рамками остается его иррациональная и эмоциональная природа.

Экономика впечатлений ориентирована на ощущение и восприятие человека, его воспоминания, переживания, создание незабываемого опыта и эмоциональной связи с продуктом, услугой, местом и т.п. В этом и состоит отличие экономики впечатлений от классической экономики.

Основоположниками данной теории являются Джозеф Пайн и Джеймс Гилмор, которые в одноименной книге описали главный принцип «экономики впечатлений»: «Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена». Согласно новой теории «открытое предложение впечатлений возникает тогда, когда компания целенаправленно использует услуги как сцену, а товары – как декорацию для того, чтобы увлечь клиента. Сырье равноценно, товары материальны, услуги нематериальны, а впечатления незабываемы.»

Таким образом, экономика впечатлений – это новый этап социально-экономического развития общества, после сырьевой экономики, экономики товаров и услуг. Чтобы быть конкурентным и успешным на рынке в условиях новой реальности, недостаточно просто оказывать услуги, производить товары. Недостаточно того, чтобы быть «качественным», необходимо быть «уникальным». А впечатления и опыт – и есть ключ к этой уникальности.

**Цель курса** – познакомить студентов с новым междисциплинарным направлением в экономической науке и научить учитывать и использовать впечатления при продаже товаров и услуг.

### **Задачи курса:**

- ознакомить студентов с новейшими теоретическими и практическими работами в данной области;
- дать практические навыки использования впечатлений при построении бизнес-моделей.

### **1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Данная дисциплина входит в блок Б1 Дисциплины (модули) части, формируемой участниками образовательных отношений, для изучения данной дисциплины необходимо изучить: «Введение в экономику», «Микроэкономика», «Макроэкономика».

### **1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины**

(модуля)

Код и наименование компетенции (из ФГОС ВО)	Код и наименование части компетенции (при наличии паспорта компетенций) <sup>1</sup>	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
<b>ПК-2:</b> Способность применять статистический инструментальный для количественного выражения экономических закономерностей, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	Паспорт компетенций отсутствует	Знает основные методы и инструментальный статистического анализа. Умеет: применять статистический инструментальный для количественного выражения экономических закономерностей, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты

## 2. Структура и трудоемкость дисциплины

Таблица 1.1

Структура и объем дисциплины для обучающихся по очной форме обучения

Вид учебной работы		Всего часов	Часов в семестре
			8
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>зач. ед.</b>	4	4
	<b>час</b>	144	144
Из них:			
<b>Часы контактной работы (всего):</b>		58	58
Лекции		28	28
Практические занятия		28	28
Лабораторные / практические занятия по подгруппам		0	0
Консультации и иная контактная работа		2	2
<b>Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося</b>		86	86
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)		Зачет	Зачет

Таблица 1.2

Структура и объем дисциплины для обучающихся по очно-заочной форме обучения

Вид учебной работы		Всего часов	Часов в семестре
			8
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>зач. ед.</b>	4	4
	<b>час</b>	144	144
Из них:			
<b>Часы аудиторной работы (всего):</b>		20	20

<sup>1</sup> Заполняется при необходимости



Лекции	8	8
Практические занятия	10	10
Лабораторные / практические занятия по подгруппам	0	0
Консультации и иная контактная работа	2	2
<b>Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося</b>	124	124
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)	Зачет	Зачет

### 3. Система оценивания

**3.1.** Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания. Баллы проставляются за посещение практических занятий и активную работу на них, а также за выполненные письменные и контрольные работы по каждой теме дисциплины. Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. Перевод баллов в оценки осуществляется по следующей шкале: от 61 до 100 баллов – «зачтено»; от 0 до 60 баллов – «незачтено». Обучающиеся, не набравшие достаточного количества баллов для оценки, сдают зачет в период экзаменационной сессии. Форма проведения зачета – собеседование.

### 4. Содержание дисциплины

#### 4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2.1.

Тематический план дисциплины для обучающихся по очной форме обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Консультации и контактная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теория и методология экономики впечатлений	20	4	4	0	0
2.	Модель экономики впечатлений	20	4	4	0	0
3	Организация впечатлений	20	4	4	0	0
4	Массовая персонализация и потребительская уступка	20	4	4	0	0
5	Бизнес-модель «Театр»	20	4	4	0	0
6	Проблема обесценивания	20	4	4	0	0

	впечатлений: способы решения					
7.	Глобальные изменения в структуре мирового производства и экономика впечатлений	22	4	4	0	0
	Зачет	2	0	0	0	2
	Итого (часов)	144	28	28	0	2

Таблица 2.2.

**Тематический план дисциплины для обучающихся по очно-заочной форме обучения**

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Консультаци и контактная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/ практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теория и методология экономики впечатлений	20	2	1	0	0
2.	Модель экономики впечатлений	20	1	1	0	0
3	Организация впечатлений	20	1	1	0	0
4	Массовая персонализаци я и потребительска я уступка	20	1	1	0	0
5	Бизнес-модель «Театр»	20	1	2	0	0
6	Проблема обесценивания впечатлений: способы решения	20	1	2	0	0
7.	Глобальные изменения в структуре мирового производства и экономика впечатлений	22	1	2	0	0

	Зачет	2	0	0	0	2
	Итого (часов)	144	8	10	0	2

## 4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

### Тема 1. Теория и методология экономики впечатлений

Предпосылки формирования экономики впечатлений. Впечатление- новая ценность для клиента. Отличие впечатлений от товаров и услуг. «Товарный образ мышления». Впечатления как предмет экономического анализа. Экономические различия между впечатлениями, товаром или услугой. Товарная марка и впечатления. Воздействие товаров на органы чувств. Дефицит товаров. Товарные клубы. Режиссеры впечатлений. Эволюция потребительских ценностей.

### Тема 2. Модель экономики впечатлений

Модель Экономики Впечатлений. Пассивное и активное поглощение. Эстетика. Обучение. Уход от реальности. Развлечения/Ощущения. Шесть измерений общих ощущений: время (настоящее, прошлое, будущее), пространство (местность, территория, открытое пространство/ помещение), технологии (изготовленный вручную /изготовленный механическим способом, естественный/ искусственный), подлинность (настоящий/ поддельный), изысканность (роскошный/ дешевый, обработанный/натуральный), масштаб (представление темы как большой или маленькой). Экономика впечатлений и теория поколений.

### Тема 3. Организация впечатлений

Процесс организации впечатлений. Вовлечение клиента. Обучение клиента. Уход от реальности. Гость развлечений. Место эстетики в организации впечатлений. Эстетика и бездеятельность клиента. Богатство впечатлений. Исследование значимости каждой из областей модели впечатлений.

Место игры в создании впечатлений. Роль шоу в создании впечатлений. Выбор темы. 10 наиболее популярных тем при создании впечатлений Марка Готтдинера, Вернда Шмитта и Алекса Симонсона.

Изменение восприятия времени, пространства и материи при впечатлениях. Деление пространства на завершенные зоны за счет использования «сильной темы». Соответствие темы характеру компании.

Ощущения и позитивные стимулы. Сувениры как материальное свидетельство о впечатлениях.

### Тема 4. Массовая персонализация и потребительская уступка

Составляющие стоимости впечатлений. Потребительская ценность и себестоимость впечатлений. Роль потребностей клиента в создании впечатлений. Массовая персонализация и ее возможности. Модульная структура товаров и услуг. Расчет на среднего покупателя и потребительская уступка. Методы сокращения потребительской уступки при создании впечатлений. Потребительская уступка и киберпространство.

Маркетинг «лицом к лицу». Совместная персонализация. Впечатление-исследование. Адаптивная персонализация: впечатление-эксперимент. Косметическая персонализация: впечатление-лесть. Прозрачная персонализация: впечатление-призрак.

### Тема 5. Бизнес-модель «театр

Бизнес-модель Пайна Б. и Джозеф Джеймс Х. - «Театр». Роль драматических представлений для клиента.

Внешние представления бизнеса. «Теория перформанса» в бизнесе. Созидательное представление. Четыре формы театра. Игра для достижения бизнес-целей.

### **Тема 6. Проблема обесценивания впечатлений: способы решения**

Обесценивание впечатлений и эволюция ценности. Персонализация впечатлений - как способ изменения клиента. Трансформация клиентов. Экономические различия трансформации и впечатлений. Эмблемы и доказательства трансформации. Курирование трансформаций. Диагностика устремлений. Кураторы трансформаций.

### **Тема 7. Глобальные изменения в структуре мирового производства и экономика впечатлений»**

Изменение структуры мирового ВВП. Экономика знаний и экономика впечатлений. Экономика трансформаций. Трансформационный бизнес. Процесс создания потребительской ценности в современных условиях (изобилия). Новый тип потребителей

### **План практических занятий**

#### **Тема 1. Теория и методология экономики впечатлений**

1. Предпосылки формирования экономики впечатлений.
2. Впечатление- новая ценность для клиента.
3. Отличие впечатлений от товаров и услуг.
4. «Товарный образ мышления».
5. Впечатления как предмет экономического анализа.
6. Экономические различия между впечатлениями, товаром или услугой.
7. Товарная марка и впечатления.
8. Воздействие товаров на органы чувств.
9. Дефицит товаров. Товарные клубы.
10. Режиссеры впечатлений.
11. Эволюция потребительских ценностей.

#### **Тема 2. Модель экономики впечатлений**

1. Модель экономики впечатлений.
2. Пассивное и активное поглощение. Эстетика. Обучение. Уход от реальности. Развлечения/Ощущения.
3. Шесть измерений общих ощущений: время (настоящее, прошлое, будущее), пространство (местность, территория, открытое пространство/ помещение), технологии (изготовленный вручную /изготовленный механическим способом, естественный/ искусственный), подлинность (настоящий/ поддельный), изысканность (роскошный/ дешевый, обработанный/натуральный), масштаб (представление темы как большой или маленькой).
4. Экономика впечатлений и теория поколений.

#### **Тема 3. Организация впечатлений**

1. Процесс организации впечатлений.
2. Вовлечение клиента. Обучение клиента. Уход от реальности. Гость развлечений.
3. Место эстетики в организации впечатлений. Эстетика и бездеятельность клиента.
4. Богатство впечатлений.
5. Исследование значимости каждой из областей модели впечатлений.
6. Место игры в создании впечатлений.
7. Роль шоу в создании впечатлений. Выбор темы.
8. 10 наиболее популярных тем при создании впечатлений.

9. Изменение восприятия времени, пространства и материи при впечатлениях. Деление пространства на завершённые зоны за счёт использования «сильной темы».

10. Соответствие темы характеру компании.

11. Ощущения и позитивные стимулы. Сувениры как материальное свидетельство о впечатлении.

#### **Тема 4. Массовая персонализация и потребительская уступка**

1. Составляющие стоимости впечатлений.
2. Потребительская ценность и себестоимость впечатлений.
3. Роль потребностей клиента в создании впечатлений.
4. Массовая персонализация и ее возможности.
5. Модульная структура товаров и услуг.
6. Расчет на среднего покупателя и потребительская уступка.
7. Методы сокращения потребительской уступки при создании впечатлений.
8. Потребительская уступка и киберпространство.
9. Маркетинг «лицом к лицу».
10. Совместная персонализация.
11. Впечатление-исследование.
12. Адаптивная персонализация: впечатление-эксперимент.
13. Косметическая персонализация: впечатление-лесть.
14. Прозрачная персонализация: впечатление-призрак.

Практическое задание по проекту

#### **Тема 5. Бизнес-модель «театр»**

1. Бизнес-модель Пайна Б. и Джозеф Джеймс Х. - «Театр».
2. Роль драматических представлений для клиента.
3. Внешние представления бизнеса. «Теория перформанса» в бизнесе.
4. Созидательное представление.
5. Четыре формы театра.
6. Игра для достижения бизнес-целей.

#### **Тема 6. Проблема обесценивания впечатлений и способы ее решения**

1. Обесценивание впечатлений и эволюция ценности.
2. Персонализация впечатлений - как способ изменения клиента.
3. Трансформация клиентов.
4. Экономические различия трансформации и впечатлений.
5. Эмблемы и доказательства трансформации.
6. Курирование трансформаций.
7. Диагностика устремлений. Кураторы трансформации.

#### **Тема 7. Глобальные изменения в структуре мирового производства и экономика впечатлений»**

1. Изменение структуры мирового ВВП.
2. Экономика знаний и экономика впечатлений.
3. Экономика трансформаций. Трансформационный бизнес.
4. Процесс создания потребительской ценности в современных условиях (изобилия).
5. Новый тип потребителей

**Образцы средств для проведения текущего контроля**

## **Опрос на практическом занятии**

### **План практического занятия:**

#### **План практических занятий**

#### **Тема 1. Теория и методология экономики впечатлений**

12. Предпосылки формирования экономики впечатлений.
13. Впечатление- новая ценность для клиента.
14. Отличие впечатлений от товаров и услуг.
15. «Товарный образ мышления».
16. Впечатления как предмет экономического анализа.
17. Экономические различия между впечатлениями, товаром или услугой.
18. Товарная марка и впечатления.
19. Воздействие товаров на органы чувств.
20. Дефицит товаров. Товарные клубы.
21. Режиссеры впечатлений.
22. Эволюция потребительских ценностей.

#### **Тема 1. Теория и методология экономики впечатлений**

##### **Примеры тестовых заданий:**

1. **Неосознаваемое воспроизведение человеком поведения другого называют...**
  - а) Посредничеством
  - б) Социализацией
  - в) Инструментальным тренингом
  - г) Моделированием
2. **Побудительные факторы маркетинга развернутой модели покупательского поведения Ф. Котлера включают в себя...**
  - а) Пять элементов
  - б) Четыре элемента
  - в) Три элемента
  - г) Два элемента
3. **Воздействие, которое изменение цены товара оказывает на реальный доход, называют эффектом...**
  - а) Экспансии
  - б) Дохода
  - в) Замещения
  - г) Цены

##### **Пример контрольной работы**

###### **Контрольная работа 1:**

1. Понятие и сущность инновационной экономики-экономики впечатлений. Современное общество потребления: социокультурный анализ.
2. Социально-психологические мотивы потребления (единение с другими людьми, стремление не отстать от жизни, выделение из толпы, бегство от одиночества, желание быть любимым, следование моде).
3. Системы и фрагменты потребительского поведения.
4. Символы и смыслы экономики впечатлений

#### **Тема 2. Организация впечатлений**

##### **Контрольная работа 2:**

1. Понятие и сущность инновационной экономики-экономики впечатлений. Современное общество потребления: социокультурный анализ.
2. Системы и фрагменты потребительского поведения.
4. Символы и смыслы экономики впечатлений.
5. Особенности символического потребления.
6. Индивидуализация и уникализация потребления в сфере постмодернистской

культуры. Плюрализм стилей жизни.

7. Анализ причин перехода от экономики услуг к экономике ощущений.

8. Характерные черты экономики ощущений.

#### **Темы докладов/презентаций**

1. Социально-психологические мотивы потребления (единение с другими людьми,
2. стремление не отстать от жизни, выделение из толпы, бегство от одиночества,
3. желание быть любимым, следование моде).

### **Тема 3. Модель экономики впечатлений**

#### **Контрольная работа 3:**

1. Моделирование господствующей атмосферы услугевого комплекса.
2. Четыре модели господствующей атмосферы.
3. Особенности подходов к созданию инсценирования в экономике впечатлений.
4. Понятия, аспекты, алгоритмы, инструменты инсценирования.
5. Основные темы инсценирования.
6. Влияние архитектуры на процесс тематизации.

### **Тема 4. Массовая персонализация и потребительская уступка**

#### **Контрольная работа 4:**

1. Анализ синонимичных названий экономики впечатлений (сенсорная экономика,
2. experience economy, эмоциональная экономика, экономика восприятия, экономика
3. общества мечты, экономика историй, экономика общество переживаний, экономика
4. желаний, экономика развлечений).
5. Физиологические аспекты человека в происхождении эмоций.
6. Поведенческие индикаторы и уровни готовности клиента к получению услуг
7. экономики впечатлений.
8. Генезис экономики ощущений.
9. Концепты данной экономики: неценовая конкуренция, режессирование переживаний,
10. интерактивные способы взаимодействия.
11. Расчетная единица в экономике ощущений (количество положительных эмоций на
12. единицу товара).

### **Тема 5. Бизнес-модель «театр»**

#### **Контрольная работа 5:**

1. Сегментация на рынках мечты (синглтоны, инфанты, активисты).
2. Психовозрастные категории заявленных сегментов рынков.
3. Конфликт и точки соприкосновения физического и эмоционального продукта.
4. Символы как базовые компоненты эмоциональных туристских продуктов.
5. Виртуализация рынков.

#### **Темы презентаций.**

1. Тематические парки, кафе клубы, рестораны, гостиницы.
2. Элементы и структура тематического бренда территории.
3. Методика составления эмоциональных бренда туристской дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка.
4. Проблема обесценивания впечатлений.

#### **Тест**

1. Совокупность отличительных психологических характеристик человека, обеспечивающих относительную последовательность и постоянство его ответных реакций на окружающую среду, называют...
  - а) Статусом
  - б) Образом жизни
  - в) Типом личности
  - г) Социальной ролью

**2. Социально-классовая система предполагает иерархическое разделение общества на группы...**

- а) Двум критериям
- б) Критерию собственности
- в) По трем критериям
- г) Критерию дохода
- а) Лабораторные данные

**Тема 6. Проблема обесценивания впечатлений: способы решения**

**Контрольная работа 6:**

- 1. Маркетинг экономики впечатлений.
- 2. Общество мечты как пространство для развития новых рынков.
- 3. Традиционное отраслевое деление и инновационное деление рынков.

**Тема 7. Глобальные изменения в структуре мирового производства и экономика впечатлений**

**Контрольная работа 7:**

- 1. Инновационные технологии в продвижении эмоциональных рынков.
- 2. Компетенции специалиста эмоциональных рынков.
- 3. Инициативность в производстве эмоциональных продуктов.
- 4. Гибкость и адаптивность, как способность сохранять эффективность в изменчивых эмоциональных предпочтениях потребителя.

**Контрольная работа 8:**

- 1. Стратегическое мышление как способность предвидения развития ситуации и планирование стратегии управления эмоциональной сферой потребителя.
- 2. Управление задачами, пошаговое постулирование задач в производстве эмоционального товара.
- 3. Ориентация на клиента, исходя из его психофизиологических особенностей.
- 4. Решение проблем в суперизменчивой эмоциональной сфере.
- 5. Поведенческие индикаторы как критерии владения компетенциями заявленного профиля.

**Темы докладов/презентаций**

- 1. Социально-психологические мотивы потребления (единение с другими людьми, стремление не отстать от жизни, выделение из толпы, бегство от одиночества, желание быть любимым, следование моде).
- 4. Тематические парки, кафе клубы, рестораны, гостиницы.
- 5. Элементы и структура тематического бренда территории.
- 6. Методика составления эмоциональных бренда туристской дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка.
- 7. Проблема обесценивания впечатлений.
- 8. Проблема обесценивания впечатлений.
- 9. Проблема обесценивания впечатлений.

**5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся**

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Теория и методология экономики впечатлений	Изучение теоретических основ экономики впечатлений, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию, устному опросу



2.	Модель экономики впечатлений	Изучение теоретических основ экономики впечатлений, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию, устному опросу
3.	Организация впечатлений	Изучение теоретических основ экономики впечатлений, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию, устному опросу
4.	Массовая персонализация и потребительская уступка	Изучение теоретических основ экономики впечатлений, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию, устному опросу
5.	Бизнес-модель «Театр»	Изучение теоретических основ экономики впечатлений, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию, устному опросу
6.	Проблема обесценивания впечатлений: способы решения	Изучение теоретических основ экономики впечатлений, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию, устному опросу
7.	Глобальные изменения в структуре мирового производства и экономика впечатлений	Изучение теоретических основ экономики впечатлений, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию, устному опросу

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста, контрольной работы.

## **6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)**

### **6.1 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине – устное собеседование по вопросам к зачету.

#### **Примерный перечень вопросов к зачету**

1. Понятие и сущность инновационной экономики-экономики впечатлений. Современное общество потребления: социокультурный анализ.
2. Социально-психологические мотивы потребления (единение с другими людьми, стремление не отстать от жизни, выделение из толпы, бегство от одиночества, желание быть любимым, следование моде).
3. Системы и фрагменты потребительского поведения.
4. Символы и смыслы экономики впечатлений.
5. Особенности символического потребления.
6. Индивидуализация и уникализация потребления в сфере постмодернистской культуры. Плюрализм стилей жизни.

7. Анализ причин перехода от экономики услуг к экономике ощущений.
8. Характерные черты экономики ощущений.
9. Анализ синонимичных названий экономики впечатлений (сенсорная экономика, experience economy, эмоциональная экономика, экономика восприятия, экономика общества мечты, экономика историй, экономика общество переживаний, экономика желаний, экономика развлечений).
10. Физиологические аспекты человека в происхождении эмоций.
11. Поведенческие индикаторы и уровни готовности клиента к получению услуг экономики впечатлений.
12. Генезис экономики ощущений.
13. Концепты данной экономики: неценовая конкуренция, режессирование переживаний, интерактивные способы взаимодействия.
14. Расчетная единица в экономике ощущений (количество положительных эмоций на единицу товара).
15. Технологии производства услуг в экономике ощущений.
16. Моделирование господствующей атмосферы служебного комплекса.
17. Четыре модели господствующей атмосферы.
18. Особенности подходов к созданию инсценирования в экономики впечатлений.
19. Понятия, аспекты, алгоритмы, инструменты инсценирования.
20. Основные темы инсценирования.
21. Влияние архитектуры на процесс тематизации.
22. Тематические парки, кафе клубы, рестораны, гостиницы.
23. Элементы и структура тематического бренда территории.
24. Методика составления эмоциональных бренда туристской дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка.
25. Маркетинг экономики впечатлений.
26. Общество мечты как пространство для развития новых рынков.
27. Традиционное отраслевое деление и инновационное деление рынков.
28. Сегментация на рынках мечты (синглтоны, инфанты, активисты).
29. Психовозрастные категории заявленных сегментов рынков.
30. Конфликт и точки соприкосновения физического и эмоционального продукта.
31. Символы как базовые компоненты эмоциональных туристских продуктов.
32. Виртуализация рынков.
33. Инновационные технологии в продвижении эмоциональных рынков.
34. Компетенции специалиста эмоциональных рынков.
35. Инициативность в производстве эмоциональных продуктов.
36. Гибкость и адаптивность, как способность сохранять эффективность в изменчивых эмоциональных предпочтениях потребителя.
37. Стратегическое мышление как способность предвидения развития ситуации и планирование стратегии управления эмоциональной сферой потребителя.
38. Управление задачами, пошаговое постулирование задач в производстве эмоционального товара.
39. Ориентация на клиента, исходя из его психофизиологических особенностей.
40. Решение проблем в суперизменчивой эмоциональной сфере.
41. Поведенческие индикаторы как критерии владения компетенциями заявленного профиля.

## 6.2 Критерии оценивания компетенций:

Таблица 4

### Карта критериев оценивания компетенций

№	Код	Индикаторы достижения	Оценочные	Критерии
---	-----	-----------------------	-----------	----------

п/п	и наименование компетенции	компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	материалы	оценивания
1	ПК-2: Способность применять статистический инструментарий для количественного выражения экономических закономерностей, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	Знает основные методы и инструментарий статистического анализа. Умеет: применять статистический инструментарий для количественного выражения экономических закономерностей, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты.	Собеседование	Компетенция сформирована: при правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.  Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

### 7.1 Основная литература:

1. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: учеб. пособие. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 288 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/1450](http://www.dx.doi.org/10.12737/1450). - ISBN 978-5-16-005383-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1014746> (дата обращения: 15.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

### 7.2 Дополнительная литература:

1. Гладуэлл, М. Сила мгновенных решений: Интуиция как навык / Гладуэлл М., - 2-е изд. - Москва: Альпина Пабл., 2016. - 352 с.: ISBN 978-5-9614-4947-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/923782> (дата обращения: 15.04.2021). – Режим доступа: по подписке.
2. Пайн, Б. Д. Экономика впечатлений. Как превратить покупку в захватывающее действие: Практическое пособие / Пайн Б.Д., Джеймс Х., Ливинская Н.А. - М.: Альпина Паблшер, 2018. - 384 с. ISBN 978-5-9614-6681-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003200> (дата обращения: 15.04.2021). – Режим доступа: по подписке.
3. Рапай, К. Культурный код: Как мы живем, что покупаем и почему / Рапай К., - 2-е изд. - Москва: Альпина Пабл., 2016. - 168 с. ISBN 978-5-9614-5287-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/914107> (дата обращения: 15.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

подписке.

4. Шапиро, С. М. Здесь и сейчас: Как вырваться из плена целей и начать радоваться жизни / Шапиро С.М. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 249 с.: ISBN 978-5-9614-4501-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/912738> (дата обращения: 15.04.2021). – Режим доступа: по подписке.
5. Эйнштейн, М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / Эйнштейн М. - М.:Альпина Паблицер, 2017. - 301 с. ISBN 978-5-9614-6243-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003009> (дата обращения: 15.04.2021). – Режим доступа: по подписке.)

### **7.3 Интернет-ресурсы:**

1. Пробизнес. – <https://probusiness.io/marketing/2997-biznes-dolzhen-stat-arkhitektorom-emociy-klienta-yuliya-avgul-ob-ekonomike-vpechatleniy.html>.
2. <https://hr-portal.ru/article/biznes-v-epohu-ekonomiki-vpechatleniy>.

### **7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Базы данных международных организаций [https://rosstat.gov.ru/icstatistics\\_inorganizations](https://rosstat.gov.ru/icstatistics_inorganizations)
2. Web of Sciences ([webofsciences.com](http://webofsciences.com))
3. Scopus ([scopus.com](http://scopus.com))
4. Научная электронная библиотека ([elibrary.ru](http://elibrary.ru))
5. Научные информационные ресурсы издательства “Springer” [link.springer.com](http://link.springer.com)
6. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» [e.lanbook.com](http://e.lanbook.com)
7. Электронно-библиотечная система Znanium.com <http://znanium.com>
8. Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/>
9. Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
10. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>
11. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>

## **8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

Лицензионное ПО, в том числе отечественного производства:

платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

Свободно распространяемые ПО, в том числе отечественного производства:

Adobe Reader;

7-Zip

## **9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по  
учебно-методической работе  
Финансово-экономического  
института

 О.А.Кузьменко/  
23.08.2022

**ЭКОНОМИКА СЧАСТЬЯ**

Рабочая программа дисциплины

для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль): Прикладная экономика, Экономика и анализ данных  
формы обучения очная

Карагулян Е. А. Экономика счастья. Рабочая программа дисциплины для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», направленность (профиль): Прикладная экономика, Экономика и анализ данных, формы обучения очная. Тюмень, 2022.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ:  
<http://www.utmn.ru/sveden/education/#>.

© Тюменский государственный университет, 2022.

© Карагулян Е. А., 2022.

## 1. Пояснительная записка

Актуальность изучения дисциплины заключается в том, что курс «Экономики счастья» имеет огромную теоретическую и практическую ценность, позволяет по-новому взглянуть на проблемы человеческого развития, переосмыслить основы капитализма и стратегии социально-экономического развития, дает возможность создать новую экономическую систему – экономику счастья.

**Целью дисциплины** – ознакомить студентов с альтернативными экономическими теориями, которые носят междисциплинарный характер, и сформировать более широкий взгляд на экономические проблемы.

### **Задачи дисциплины:**

- формирование у студентов навыков анализа и прогнозирования состояния экономики стран и регионов;
- развитие навыков самостоятельного поиска и анализа материалов о социально-экономическом развитии страны.
- в ходе изучения дисциплины студенты получают возможность изучить методические аспекты и опыт применения различных методов оценки уровня счастья, проанализировать их достоинства и недостатки,
- оценить степень изученности проблемы использования показателя «уровень счастья» в качестве критерия эффективности принимаемых государственных решений.

### **1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Данная дисциплина входит в блок Б1 Дисциплины вариативной части, формируемой участниками образовательных отношений. Для освоения данной дисциплины необходимы знания и умения, приобретенные обучающимися в результате освоения следующих, предшествующих данной, дисциплин: «Введение в экономику», «Микроэкономика», «Макроэкономика» и др.

### **1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)**

Код и наименование компетенции (из ФГОС ВО)	Код и наименование части компетенции (при наличии паспорта компетенций) <sup>1</sup>	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
ПК-2: Способность применять статистический инструментарий для количественного выражения экономических закономерностей, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	Паспорт компетенций отсутствует	Знает основные методы и инструментарий статистического анализа. Умеет применять статистический инструментарий для количественного выражения экономических закономерностей, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты.

## 2. Структура и трудоемкость дисциплины

Таблица 1

<sup>1</sup> Заполняется при необходимости

Структура и объем дисциплины для обучающихся по очной форме обучения

Вид учебной работы	Всего часов (академические часы)	Часов в семестре (академические часы)
		8
<b>Общий объем зач. ед. час</b>	4	4
	144	144
Из них:		
<b>Часы контактной работы (всего):</b>	58	58
Лекции	28	28
Практические занятия	28	28
Лабораторные / практические занятия по подгруппам	0	0
Консультации и иная контактная работа	2	2
<b>Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося</b>	86	86
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)	Зачет	Зачет

Таблица 2

Структура и объем дисциплины для обучающихся по очно-заочной форме обучения

Вид учебной работы	Всего часов (академические часы)	Часов в семестре (академические часы)
		8 семестр
<b>Общий объем зач. ед. час.</b>	4	4
	144	144
Из них:		
<b>Часы аудиторной работы (всего):</b>	20	20
Лекции	8	8
Практические занятия	10	10
Лабораторные/практические занятия по подгруппам		
Консультации и иная контактная работа	2	2
<b>Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося</b>	124	124
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф.зачет, экзамен)	зачет	зачет

### 3. Система оценивания

**3.1.** Для текущего контроля применяется 100-балльная система оценивания. Баллы проставляются за посещение практических занятий и активную работу на них, а также за выполненные письменные и контрольные работы по каждой теме дисциплины, за подготовку презентаций. Результаты текущего контроля учитываются при промежуточной аттестации. Перевод баллов в оценки осуществляется по следующей шкале: от 0 до 60 баллов – «не зачтено»; от 61 до 100 баллов – «зачтено». Обучающиеся, не набравшие достаточного



количества баллов для оценки, сдают зачет в период экзаменационной сессии. Форма проведения зачета – тестирование. Продолжительность выполнения теста - астрономический час.

#### 4. Содержание дисциплины

##### 4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 4

Тематический план дисциплины для обучающихся по очной форме обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Консультации и иная контактная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные /практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Экономика счастья: истоки новой теории	18	4	4	0	0
2.	Экономические и неэкономические факторы счастья	18	4	4	0	0
3.	Подходы к измерению «счастья»	18	4	4	0	0
4.	Счастье и профессиональная деятельность	18	4	4	0	0
5.	Экономика и счастье: парадоксальная взаимосвязь	18	4	4	0	0
6.	Экономика счастья и государственная экономическая политика	18	4	4	0	0
7.	Рейтинг стран по уровню счастья: факторы успеха, критический анализ	18	2	2	0	0
8.	Уровень счастья в России	16	2	2	0	0
	Зачет	2	0	0	0	2
	Итого (часов)	144	28	28	0	2

Таблица 5

Тематический план дисциплины для обучающихся по очно-заочной форме обучения

№ п/п		Объем дисциплины (модуля), час.			
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)		Консультации и

	Наименование тем и/или разделов		Лекции	Практические занятия	Лабораторные /практические занятия по подгруппам	иная контактная работа
1	2	3	4	5	6	7
1.	Экономика счастья: истоки новой теории	18	1	1	0	0
2.	Экономические и неэкономические факторы счастья	18	1	1	0	0
3.	Подходы к измерению «счастья»	18	1	2	0	0
4.	Счастье и профессиональная деятельность	18	1	2	0	0
5.	Экономика и счастье: парадоксальная взаимосвязь	18	1	1	0	0
6.	Экономика счастья и государственная экономическая политика	18	1	1	0	0
7.	Рейтинг стран по уровню счастья: факторы успеха, критический анализ	18	1	1	0	0
8.	Уровень счастья в России	16	1	1	0	0
	Зачет	2	0	0	0	2
	Итого (часов)	144	8	10	0	2

#### 4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

##### Тема 1. Экономика счастья: истоки новой теории

Философские, социальные и экономические аспекты счастья. Философия счастья: М. Шелер, Х. Плеснер, А. Гелен, М. Бубер и др. Счастье и психология личности и труда Э. Фромма, К. Роджерса, Е. Климова, психологическая антропология и экономической психологии: Х. Штейнталь, М. Лацарус, В. Вундт и др. Развитие экономики счастья. Традиционная экономическая теория и новые направления в развитии экономической теории. Термины happiness, «субъективное самоощущение удовлетворенностью жизнью» или «субъективное благополучие» (subjective well-being (SWB)) в экономике, психологии и социологии. Работы, исследующие взаимосвязь между изменением уровня дохода и изменением субъективной удовлетворенностью жизнью. Работа Р. Истерлин, Д. Канеман, Э. Освальд, Р. Винховен и др. в области экономики счастья.

##### Тема 2. Экономические и неэкономические факторы счастья

Экономические и неэкономические аспекты счастья. Экономические факторы: уровень доходов, уровень благосостояния. Психологические факторы воздействующие на уровень счастья и удовлетворенность жизнью. Проблемы бедности и богатства. Проблема бедности в психологии. Личностные характеристики бедных. Психологические причины бедности. Проблемы психологии богатства.

### **Тема 3. Подходы к измерению «счастья»**

Качество жизни и уровень благосостояния. Подходы зарубежных ученых к оценке качества жизни, методы оценки качества жизни. Основные компоненты качества жизни, методы оценки (методика ООН, шведская модель, ИРЧП).

Показатели измерения счастья. Способы измерения субъективной удовлетворенности жизнью: скрининг-тесты; методы выборочной фиксации опыта; метод реконструкции дня.

Взаимосвязь устойчивого развития и экономики счастья. «Всемирный индекс счастья» (Индекс счастья на планете) (Happy Planet Index – HPI); «экологический след» (EF); удовлетворенность жизнью (EWB); продолжительность жизни в стране (LE). «Карта счастья».

Исследования удовлетворенности жизнью для 34 стран-членов ОЭСР, а также Бразилии и России. «Индекс лучшей жизни» (Better Life Index – BLI).

### **Тема 4. Экономика и счастье: парадоксальная взаимосвязь**

Теория Р. Истерлина. «Парадокс Истерлина». Практические результаты теории Р. Истерлина. Научная дискуссия о влиянии экономического роста на счастье нации. Альтернативные теории, описывающие взаимосвязь между счастьем и экономикой (работы Э. Дайнера, А. Дитона, Б. Стивенсона и Дж. Уолферса).

### **Тема 5. Счастье и профессиональная деятельность**

Качество трудовой жизни и производительность труда. Способы измерения и оценки качества трудовой жизни. Модели видения бизнеса (азиатская модель, европейская модель, американская). Ценностные установки и особенности ведения бизнеса в различных культурах.

### **Тема 6. Экономика счастья и государственная экономическая политика**

Роль государства в формировании уровня счастья граждан. Опыт развитых и развивающихся стран в регулировании уровня (удовлетворенности жизнью населения и уровня счастья). Опыт Франции, Великобритании, Швеции и т.д.

Уровень счастья и удовлетворенности жизнью в развивающихся странах: опыт Бутана, Индии, Китая.

### **Тема 7. Рейтинг стран по уровню счастья: факторы успеха, критический анализ**

Рейтинг стран по уровню счастья: причины расхождений в измерении. Факторы успеха и государственная политика. Социальная политика и уровень счастья граждан.

Связь между инновациями и счастьем.

### **Тема 8. Уровень счастья в России**

Уровень счастья в России. Способы измерения. Индекс счастья российских городов. Государственные программы Российской Федерации, направленные на повышение удовлетворенностью жизнью граждан.

## **План практических занятий**

### **Тема 1. Истоки развития экономики счастья**

1. Философские, социальные и экономические аспекты счастья.
2. Философия счастья: М. Шелер, Х. Плеснер, А. Гелен, М. Бубер и др.
3. Счастье и психология личности и труда Э. Фромма, К. Роджерса, Е. Климова, психологическая антропология и экономической психологии: Х. Штейнталь, М. Лацарус, В. Вундт и др.
4. Развитие экономики счастья. Традиционная экономическая теория и новые направления в развитии экономической теории.

5. Термины happiness, «субъективное самоощущение удовлетворенностью жизнью» или «субъективное благополучие» (subjective well-being (SWB)) в экономике, психологии и социологии.
6. Работы, исследующие взаимосвязь между изменением уровня дохода и изменением субъективной удовлетворенностью жизнью. Работы Р. Истерлин, Д. Канеман, Э. Освальд, Р. Винховен и др. в области экономики счастья.
7. Философские аспекты счастья.
8. Психологические аспекты счастья.
9. Социальные аспекты счастья.
10. Экономические аспекты счастья.

## **Тема 2. Экономические и неэкономические факторы счастья**

1. Экономические факторы: уровень доходов, уровень благосостояния.
2. Психологические факторы воздействующие на уровень счастья и удовлетворенность жизнью.
3. Личностные особенности и счастье. Формула счастья.
4. Психология бедности.
5. Психология богатства.
6. Психологические аспекты отношения людей к деньгам.
7. Методики оценки уровня счастья (ОНИ - Оксфордский опросник счастья).

## **Тема 3. Подходы к измерению уровня счастья**

1. Сравнительный анализ существующих методик измерения счастья в экономике на основе различных индексов.
2. Плюсы и минусы имеющихся методик оценки счастья.

## **Тема 4. Профессиональная деятельность и счастье**

1. Качество трудовой жизни: компоненты и методы оценки.
2. Профессиональная деятельность и удовлетворенность жизнью.
3. Счастье и производительность труда.
4. Как на человека влияет потеря работы.

## **Тема 5. Экономика и счастье: парадоксальная взаимосвязь**

1. Теория Р. Истерлина.
2. «Парадокс Истерлина».
3. Практические результаты теории Р. Истерлина.
4. Научная дискуссия о влиянии экономического роста на счастье нации.
5. Альтернативные теории, описывающие взаимосвязь между счастьем и экономикой (работы Э. Дайнера, А. Дитона, Б. Стивенсона и Дж. Уолферса).

## **Тема 6. Экономика счастья и государственная экономическая политика**

1. Государственная политика Великобритании и экономика счастья.
2. Государственная политика Бутана и экономика счастья.
3. Государственная политика Индии и субъективный уровень счастья.

## **Тема 7. Рейтинг стран по уровню счастья: факторы успеха, критический анализ**

1. Рейтинг стран по уровню счастья: причины расхождений в измерении.
2. Факторы успеха и государственная политика.
3. Социальная политика и уровень счастья граждан.
4. Связь между инновациями и счастьем.

## **Тема 8. Уровень счастья в России**

1. Анализ уровня счастья и удовлетворенности жизнью в России.
2. Рейтинг Российских городов по уровню счастья.
3. Рейтинг российских городов по качеству жизни.
4. Место России в международных рейтингах уровня счастья.

### **Образцы средств для проведения текущего контроля:**

#### **Примерные тестовые вопросы:**

#### **1. Исследования показали, что основными факторами субъективного благополучия являются:**

- а) жизнь в стабильном демократическом обществе, обеспеченная в материальном плане;
- б) любящие друзья и семья;
- в) интересная работа, дающая достойный доход;
- г) максимальная оплата труда
- д) полное социальное обеспечение

#### **2. Исследования показали, что основными факторами субъективного благополучия являются:**

- а) максимальная оплата труда
- б) полное социальное обеспечение
- в) здоровье и доступное лечение;
- г) наличие жизненных целей, важных с точки зрения собственной системы ценностей;
- д) философия или религия, дающая направление, цель и смысл собственной жизни

#### **3. Валовое национальное счастье (ВНС), включает следующие компоненты:**

- а) высокий уровень оплаты труда
- б) высокий уровень жизни и полное социальное обеспечение
- в) обеспечение справедливого и социально-экономического развития
- г) сохранение и развитие традиционных культурных ценностей
- д) охрана природы
- е) правильное управление страной

#### **4. Конкретным предложением по оценке уровня счастья можно считать:**

- а) Международный индекс счастья
- б) Международный индекс социальной обеспеченности граждан
- в) Международный индекс благосостояния
- г) Индекс психического здоровья
- д) Индекс Османна

#### **5. Международный индекс счастья отражает:**

- а) благосостояние людей и состояние окружающей среды в разных странах мира
- б) благосостояние отдельных граждан и психическое здоровье
- в) уровень экономического развития страны
- г) уровень коррупции и доходов чиновников в стране
- д) уровень удовлетворенности жизнью бедных слоев населения

#### **6. Международный индекс счастья был разработан и предложен:**

- а) аналитиками британского исследовательского центра New Economic Foundation
- б) учеными из NBER
- в) учеными из национального экономического бюро Бутана
- г) аналитиками из Всемирного банка
- д) экспертами из МВФ

#### **7. При расчете международного индекса счастья используются три показателя:**

- а) воздействие человека на природу
- б) детская смертность
- в) продолжительность жизни
- г) благосостояние людей (удовлетворенность жизнью)
- д) материнская смертность

**8. В рейтинге в 2012 г. Самой «счастливой» страной стала:**

- а) Коста-Рика
- б) Бразилия
- в) Уганда
- г) Россия
- д) Франция

**9. Лидерами рейтинга самой «счастливой страны» стали:**

- а) страны Латинской Америки, некоторые арабские и африканские страны
- б) развитие страны Европы
- в) США
- г) Япония и страны ЮВА

**10. Основная цель создания Международного индекса счастья заключается в иллюстрации того, что:**

- а) материальный прогресс и экономический рост автоматически не вызывают роста удовлетворенности жизнью
- б) материальный прогресс, прежде всего, определяет уровень удовлетворенности жизнью
- в) в наиболее «счастливых» странах высокий уровень социальной защиты граждан
- г) в беднейших странах уровень счастья и доходов тесно связаны

**11. Одним из первых выявил в своих исследованиях ограниченность влияния экономического роста на уровень счастья граждан:**

- а) Ричард Истерлин
- б) Роберт Хайзенберг
- в) Михаил Хазин
- г) Роман Тверски
- д) Карл Маркс

**12. Об экономике счастья впервые заговорили:**

- а) В 1970-е
- б) В 1867 году в связи изданием трудов Маркса
- в) в XVIII в. С появлением труда основоположника классической экономической теории Адама Смита
- г) В 1890 году в связи с изданием книги П. Самуэльсона «Экономикс»

**13. Для оценки уровня счастья страны ОЭСР разработала показатель, под названием:**

- а) Индекс лучшей жизни
- б) Международный индекс счастья
- в) Индекс человеческого развития
- г) Индекс Хиршмана

**14. Даниэль Канеман является автором методики расчета, такого показателя как:**

- а) Индекс качества жизни
- б) Индекс лучшей жизни
- в) Международный индекс счастья
- г) Индекс человеческого развития

**15. «Валовое национальное счастье»**

**— основной экономический индикатор такого государства как:**

- а) Бутан
- б) Индия
- в) Уганда
- г) Чад
- д) Мальта

**16. Одним из институтов, рассчитавших индекс счастья России, стал:**

- а) ВЦИОМ
- б) Левада-Центр

- в) РА «Эксперт»
- г) Институт планирования и прогнозирования России
- д) Министерство труда

**17. В рейтинге в 2014 г. «счастливых» стран на 3-м месте находится:**

- а) Коста-Рика
- б) Вьетнам
- в) Колумбия
- г) Россия
- д) Франция

**18. В рейтинге в 2014 г. «счастливых» стран на 4-м месте находится:**

- е) Коста-Рика
- ж) Вьетнам
- з) Колумбия
- и) Белиз
- к) Франция

**19. В рейтинге в 2014 г. «счастливых» стран США находится на \_\_\_\_ месте:**

- а) 105
- б) 1
- в) 45
- г) 125
- д) 158

**20. В рейтинге в 2014 г. «счастливых» стран Китай находится на \_\_\_\_ месте:**

- а) 105
- б) 1
- в) 45
- г) 125
- д) 60

**21. Кроме Бутана индикатор счастья разработан и рассчитывается в:**

- а) Китае
- б) Франции
- в) Великобритании
- г) России
- д) США

**22. В качестве методов оценки уровня счастья ученые используют:**

- а) скрининг-тесты
- б) метод выборочной фиксации опыта
- в) метод реконструкции дня
- г) метод С.Ковалевской
- д) метод психологического погружения

**23. Парадокс Истерлин заключается в том, что рост абсолютного (а не относительного) дохода:**

- а) не приводит к увеличению удовлетворенности жизнью в долгосрочном периоде
- б) способствует увеличению удовлетворенности жизнью в долгосрочном периоде
- в) способствует увеличению удовлетворенности жизнью в краткосрочном периоде
- г) не влияет на уровень удовлетворенности жизнью

**24. В своих исследованиях Истерлин определил, что существует эффект:**

- а) Насыщения
- б) Замещения
- в) Дохода
- г) «Присоединения к большинству»

**25. Ученые Инглхарт, Фоа, Петерсон и Вельцель, проводившие повторные исследования, пришли к выводам:**

- а) опровергающим парадокс Истэрлина
- б) подтверждающим парадокс Истэрлина
- в) частично подтверждающим парадокс Истэрлина
- г) подтверждающим парадокс Истэрлина только в долгосрочном периоде

**26. Экономисты отметили, что уровень удовлетворенности жизнью в странах с переходной экономикой:**

- а) существенно ниже, чем в других странах с близким уровнем доходов
- б) существенно выше, чем в других странах с близким уровнем доходов
- в) совпадает с другими странами с близким уровнем доходов
- г) существенно выше, чем в развитых странах

**27. По мнению Бена Бернанки при определении уровня счастья:**

- а) люди сравнивают себя с другими и это влияет на их уровень счастья
- б) Людям нравится быть лучше и не нравится быть хуже
- в) Счастье определяется исключительно уровнем дохода семьи
- г) Люди всегда сравнивают себя с более бедными слоями населения
- д) Люди сравнивают себя с более успешными и богатыми соседями

**28. Бернанке выделяет в качестве фактора счастья:**

- а) состояние потока
- б) «состоянии запаса»
- в) Эффект лотереи
- г) Эффект замещения

**29. «Состояние потока» согласно Б. Бернанки – это состояние:**

- а) увлеченности чем-либо, каким-то делом, созиданием, когда время летит незаметно
- б) безопасности дальнейшей жизни
- в) полного контроля своей жизни
- г) движения денежных потоков в семейном бюджете

**30. Бернанке выделяет в качестве факторов счастья:**

- а) состояние потока
- б) полный контроль над своей жизнью
- в) борьбу с примерением с обстоятельствами
- г) жизненные принципы или ethical framework
- д) чувство безопасности

**Темы докладов/презентаций:**

1. Государственная политика Великобритании и экономика счастья.
2. Государственная политика Бутана и экономика счастья.
3. Государственная политика Индии и субъективный уровень счастья.
4. Презентация проектов по странам.
5. Рейтинг стран по уровню счастья: причины расхождений в измерении. Факторы успеха и государственная политика.
6. Социальная политика и уровень счастья граждан.
7. Связь между инновациями и счастьем.
8. 10 последних технологических разработок для улучшения качества жизни и счастья.
9. Связь между инновациями и счастьем.
10. Анализ уровня счастья и удовлетворенности жизнью в России.
11. Рейтинг Российских городов по уровню счастья.
12. Рейтинг российских городов по качеству жизни.
13. Место России в международных рейтингах уровня счастья.

**Темы эссе**

1. Что такое счастье?
2. Счастье как экономическая категория.
3. Экономика счастья: возможна ли в России?



4. Почему ВВП не приносит счастье?
5. Как счастье связано с благотворительностью?
6. Как уровень счастья людей зависит от уровня дохода?

## 5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№ темы	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1.	Экономика счастья: истоки новой теории	Изучение теоретических основ экономики счастья, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию
2.	Экономические и неэкономические факторы счастья	Изучение основных неэкономических факторов экономики счастья, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию
3.	Подходы к измерению «счастья»	Изучение существующих подходов к измерению счастья, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию
4.	Счастье и профессиональная деятельность	Изучение взаимосвязи между профессиональной деятельностью удовлетворенностью жизнью, риска, , подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию
5.	Экономика и счастье: парадоксальная взаимосвязь	Изучение парадоксальной зависимости между уровнем дохода и «уровнем счастья» , подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию
6.	Экономика счастья и государственная экономическая политика	Изучение государственной политики в области экономики счастья, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию
7.	Рейтинг стран по уровню счастья: факторы успеха, критический анализ	Изучение места и роли ряда стран в мировых рейтингах уровня счастья, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию
8.	Уровень счастья в России	Изучение статистических данных и теоретических работ в области экономики счастья в России, подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, тестированию

Порядок выполнения каждого вида самостоятельной работы:

1. Изучение лекционного материала по теме
2. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
3. Ответы на пункты плана для практических занятий
4. Разбор практических примеров, продемонстрированных на лекциях и решенных на практических занятиях

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся теста, контрольной работы.

### 6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

#### 6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Форма проведения зачета – тест.

Для подготовки к тестированию следует изучить вопросы для подготовки к зачету.  
Шкала перевода баллов в оценки, следующая:  
0-60 балл - оценка "незачтено";  
60-100 баллов - оценка "зачтено".

**Пример теста для промежуточной аттестации:**

- 1. Одним из первых выявил в своих исследованиях ограниченность влияния экономического роста на уровень счастья граждан:**
  - е) Ричард Истерлин
  - ж) Роберт Хайзенберг
  - з) Михаил Хазин
  - и) Роман Тверски
  - к) Карл Маркс
- 2. Об экономике счастья впервые заговорили:**
  - д) В 1970-е
  - е) В 1867 году в связи изданием трудов Маркса
  - ж) в XVIII в. С появлением труда основоположника классической экономической теории Адама Смита
  - з) В 1890 году в связи с изданием книги П. Самуэльсона «Экономикс»
- 3. Для оценки уровня счастья страны ОЭСР разработала показатель, под названием:**
  - д) Индекс лучшей жизни
  - е) Международный индекс счастья
  - ж) Индекс человеческого развития
  - з) Индекс Хиршмана
- 4. Даниэль Канеман является автором методики расчета, такого показателя как:**
  - д) Индекс качества жизни
  - е) Индекс лучшей жизни
  - ж) Международный индекс счастья
  - з) Индекс человеческого развития
- 5. «Валовое национальное счастье» — основной экономический индикатор такого государства как:**
  - е) Бутан
  - ж) Индия
  - з) Уганда
  - и) Чад
  - к) Мальта
- 6. Одним из институтов, рассчитавших индекс счастья России, стал:**
  - е) ВЦИОМ
  - ж) Левада-Центр
  - з) РА «Эксперт»
  - и) Институт планирования и прогнозирования России
  - к) Министерство труда
- 7. В рейтинге в 2014 г. «счастливых» стран на 3-м месте находится:**
  - л) Коста-Рика
  - м) Вьетнам
  - н) Колумбия
  - о) Россия
  - п) Франция
- 8. В рейтинге в 2014 г. «счастливых» стран на 4-м месте находится:**
  - р) Коста-Рика
  - с) Вьетнам
  - т) Колумбия

- у) Белиз
- ф) Франция

**9. В рейтинге в 2014 г. «счастливых» стран США находится на \_\_\_\_ месте:**

- е) 105
- ж) 1
- з) 45
- и) 125
- к) 158

**10. В рейтинге в 2014 г. «счастливых» стран Китай находится на \_\_\_\_ месте:**

- е) 105
- ж) 1
- з) 45
- и) 125
- к) 60

**11. Кроме Бутана индикатор счастья разработан и рассчитывается в:**

- е) Китае
- ж) Франции
- з) Великобритании
- и) России
- к) США

**12. В качестве методов оценки уровня счастья ученые используют:**

- е) скрининг-тесты
- ж) метод выборочной фиксации опыта
- з) метод реконструкции дня
- и) метод С.Ковалевской
- к) метод психологического погружения

**13. Парадокс Истерлин заключается в том, что рост абсолютного (а не относительного) дохода:**

- д) не приводит к увеличению удовлетворенности жизнью в долгосрочном периоде
- е) способствует увеличению удовлетворенности жизнью в долгосрочном периоде
- ж) способствует увеличению удовлетворенности жизнью в краткосрочном периоде
- з) не влияет на уровень удовлетворенности жизнью

**14. В своих исследованиях Истэрлин определил, что существует эффект:**

- д) Насыщения
- е) Замещения
- ж) Дохода
- з) «Присоединения к большинству»

**15. Ученые Инглхарт, Фоа, Петерсон и Вельцель, проводившие повторные исследования, пришли к выводам:**

- д) опровергающим парадокс Истэрлина
- е) подтверждающим парадокс Истэрлина
- ж) частично подтверждающим парадокс Истэрлина
- з) подтверждающим парадокс Истэрлина только в долгосрочном периоде

**16. Экономисты отметили, что уровень удовлетворенности жизнью в странах с переходной экономикой:**

- д) существенно ниже, чем в других странах с близким уровнем доходов
- е) существенно выше, чем в других странах с близким уровнем доходов
- ж) совпадает с другими странами с близким уровнем доходов
- з) существенно выше, чем в развитых странах

**17. По мнению Бена Бернанки при определении уровня счастья:**

- е) люди сравнивают себя с другими и это влияет на их уровень счастья
- ж) Людям нравится быть лучше и не нравится быть хуже

- з) Счастье определяется исключительно уровнем дохода семьи
- и) Люди всегда сравнивают себя с более бедными слоями населения
- к) Люди сравнивают себя с более успешными и богатыми соседями

**18. Бернанке выделяет в качестве фактора счастья:**

- д) состояние потока
- е) «состоянии запаса»
- ж) Эффект лотереи
- з) Эффект замещения

**19. «Состояние потока» согласно Б. Бернанки – это состояние:**

- д) увлеченности чем-либо, каким-то делом, созиданием, когда время летит незаметно
- е) безопасности дальнейшей жизни
- ж) полного контроля своей жизни
- з) движения денежных потоков в семейном бюджете

**20. Бернанке выделяет в качестве факторов счастья:**

- е) состояние потока
- ж) полный контроль над своей жизнью
- з) борьбу с примерением с обстоятельствами
- и) жизненные принципы или ethical framework
- к) чувство безопасности

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Традиционная экономическая теория и новые направления в развитии науки.
2. Работы Р. Истерлин, Д. Канеман, Э. Освальд, Р. Винховен и др.
3. Теория Р. Истерлина. «Парадокс Истерлина».
4. Практические результаты теории Р. Истерлина.
5. Научная дискуссия о влиянии экономического роста на счастье нации.
6. Альтернативные теории, описывающие взаимосвязь между счастьем и экономикой (работы Э. Дайнера, А. Дитона, Б. Стивенсона и Дж. Уолферса).
7. Экономические и неэкономические аспекты счастья.
8. Психологические факторы воздействующие на уровень счастья и удовлетворенность жизнью.
9. Подходы зарубежных ученых к оценке качества жизни.
10. Показатели измерения счастья: Исследования удовлетворенности жизнью для 34 стран-членов ОЭСР, а также Бразилии и России «Индекс лучшей жизни» (Better Life Index – BLI).
11. «Всемирный индекс счастья» (Happy Planet Index – HPI): «экологический след» (EF); удовлетворенность жизнью (EWB); продолжительность жизни в стране (LE). «Карта счастья».
12. Роль государства в формировании уровня счастья граждан. Опыт разных стран в регулировании уровня удовлетворенности жизнью населения и уровня счастья.

**6.2. Критерии оценивания компетенций:**

Таблица 7

**Карта критериев оценивания компетенций**

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1	ПК-2: Способность применять	Знает основные методы и инструментарий статистического анализа.	Собеседование	Компетенция сформирована: при

	<p>статистический инструментарий для количественного выражения экономических закономерностей, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты</p>	<p>Умеет: применять статистический инструментарий для количественного выражения экономических закономерностей, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты.</p>		<p>правильности и полноте ответов на теоретические вопросы, при глубине понимания вопроса и правильности выполнения предложенных заданий.</p> <p>Шкала критериев согласно требованиям п.4.29 "Положения о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГАОУ ВО "ТюмГУ".</p>
--	--	--	--	--

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

### 7.1. Основная литература:

1. Макроэкономика: учебное пособие / Л. Н. Абрамовских, Е. П. Севастьянова, Т. В. Сладкова [и др.]. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 202 с. — ISBN 978-5-7638-3839-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/84226.html> (дата обращения: 15.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Тепман, Л. Н. Инновационная экономика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям экономики и управления / Л. Н. Тепман, В. А. Напёров. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 278 с. — ISBN 978-5-238-02579-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81629.html> (дата обращения: 15.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### 7.2. Дополнительная литература:

1. Цифровое будущее или экономика счастья? монография / А. В. Черновалов, Цекановский, Шиманьский, П. А. Черновалов. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2020. - 218 с. - ISBN 978-5-394-03601-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232777> (дата обращения: 15.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Пол, Долан. Счастье по расчету: как управлять своей жизнью, чтобы быть счастливым каждый день / Долан Пол; перевод В. Владимиров. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 296 с. — ISBN 978-5-9614-5239-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82533.html> (дата обращения: 15.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### **7.3. Интернет-ресурсы**

[www.happyplanetindex.org/assets/happy-planet-index-report.pdf](http://www.happyplanetindex.org/assets/happy-planet-index-report.pdf)

### **7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Справочник Российского совета по международным делам <http://ir.russiancouncil.ru/>
2. База данных электронных журналов по международным отношениям <https://russiancouncil.ru/library/db/journals/>
3. База данных электронных библиотек <https://russiancouncil.ru/library/db/libraries/>
4. Статистика и рейтинги: статистические данные по международной проблематике <https://russiancouncil.ru/library/db/libraries/>
5. Базы данных международных организаций [https://rosstat.gov.ru/icstatistics\\_inorganizations](https://rosstat.gov.ru/icstatistics_inorganizations)
6. Web of Sciences ([webofsciences.com](http://webofsciences.com))
7. Scopus ([scopus.com](http://scopus.com))
8. Научная электронная библиотека ([elibrary.ru](http://elibrary.ru))
9. Научные информационные ресурсы издательства "Springer" [link.springer.com](http://link.springer.com)
10. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» [e.lanbook.com](http://e.lanbook.com)
11. Электронно-библиотечная система Znanium.com <http://znanium.com>
12. Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/>

### **8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Интернет, доступ в информационно-образовательную среду ТюмГУ, включающую в себя доступ к учебным планам и рабочим программам дисциплин, к изданиям электронной библиотечной системы и электронным образовательным ресурсам.

Лицензионное ПО, в том числе отечественного производства:

платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

Свободно распространяемые ПО, в том числе отечественного производства:

Adobe Reader;

7-Zip

### **9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Для проведения занятий лекционного типа необходимо демонстрационное оборудование. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.