

Колодий, Н. А.

Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте: учеб. пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 326 с. — Серия: Университеты России.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ.....	1
1.1. Динамика социокультурного развития.....	1
1.2. Социально-экономические изменения: ориентация не на труд, а на досуг, свободное развитие личности.....	1
1.3. Особенности символического потребления.....	1
1.4. Паттерны потребительского поведения.....	2
1.5. Тренды в системе потребления.....	2
1.6. Индивидуализация и уникализация потребления в сфере постмодернистской культуры.....	3
1.7. Плюрализация стилей жизни.....	4
КЕЙС: НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ - НОВЫЕ ВЗГЛЯДЫ.....	4
ГЛАВА 2. ЭКОНОМИКА ОЩУЩЕНИЙ (ПЕРЕЖИВАНИЙ): ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ.....	5
2.1. Генезис экономики ощущений.....	5
2.2. Ехрепепсе Есопошу: эволюция концептов.....	6
2.3. От экономики услуг к экономике ощущений.....	6
КЕЙС: КОЛЛЕДЖ-ОТЕЛЬ.....	7
ГЛАВА 3. ОЩУЩЕНИЕ (ПЕРЕЖИВАНИЕ) И ЕГО СОВРЕМЕННАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ.....	8
3.1. Ключевые концепты ощущений.....	8
3.2. Поток переживаний.....	8
3.3. Ег1еЪш8-8еШп§.....	8
КЕЙС: ЗАМОК НОЙШВАНШТАЙН - ПРООБРАЗ ИНСЦЕНИРОВАНИЯ ОЩУЩЕНИЙ В ТУРИЗМЕ.....	9
КЕЙС: КИНГИСЕППСКИЙ РАЙОН, ФИНСКИЙ ЗАЛИВ, БАЛТИЙСКОЕ МОРЕ, РОССИЯ.....	10
ГЛАВА 4. ТУРИЗМ И ЭКОНОМИКА ОЩУЩЕНИЙ.....	10
4.1. Тренды в системе глобального туризма.....	10
4.2. Принципиальные отличия традиционного маркетинга и маркетинга взаимодействия.....	1
КЕЙС: КИПР НА ПУТИ К МЕНЕДЖМЕНТУ ЭМОЦИЙ.....	1

ГЛАВА 5. ИНСЦЕНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ: ОСОБЕННОСТИ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ.....	120
5.1. Понятие «инсценирование».....	120
5.2. Извлечение уроков из Лас-Вегаса.....	123
5.3. Аспекты инсценирования.....	128
5.4. Инструменты инсценирования.....	135
КЕЙС: КАЛЕВАЛА - АРХИТЕКТУРА ТЕМ.....	152
ГЛАВА 6. ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ, ИНСЦЕНИРУЕМЫЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА. ДИСКУРСИВНОЕ ОБСУЖДЕНИЕ ТЕМ.....	159
6.1. Влияние архитектуры на процесс тематизации.....	159
6.2. Постомодернистские черты в инсценировании с использованием архитектуры.....	173
6.3. Тема инсценирования: супергерой.....	178
6.4. Тропический рай. Дикий запад.....	180
6.5. Классические цивилизации как главный мотив тематизации.....	183
6.6. Ностальгия по прошлому и процесс репрезентации данной темы.....	184
6.7. Арабские фантазии.....	186
6.8. Городские мотивы. Модернизм и технический прогресс.....	188
КЕЙС: ДЕСЯТЬ ЧАСОВ В АНГЛИЙСКОЙ СКАЗКЕ.....	211
ГЛАВА 7. ОВЕЩЕСТВЛЕННЫЙ ПРОДУКТ В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ ОЩУЩЕНИЙ.....	212
7.1. Тематические парки, брендовые парки.....	212
7.2. Модели тематических парков.....	219
КЕЙС: ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПАРК АТТРАКЦИОНОВ (ТПА).....	222
ГЛАВА 8. МУЗЕИ В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ.....	224
8.1. Музейная стратегия и современный маркетинг взаимодействия.....	224
8.2. Музеи без стен.....	228
8.3. Технология создания «выращенного музея».....	233
КЕЙС: МУЗЕЙ ГУГГЕНХАЙМ.....	241

ГЛАВА 9. АКВАПАРКИ, SPA-КУРОРТЫ.....	243
9.1. Оздоровление. Медико-санитарная помощь.....	243
9.2. Водная феерия.....	247
КЕЙС: ЧТО ОТКРЫЛИ МОНАХИ-БЕНЕДИКТИНЦЫ?.....	254
ГЛАВА 10. ГОРОДСКИЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ, ОТЕЛИ, ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ.....	255
10.1. Сфера услуг.....	255
10.2. СМИ, электроника, Интернет.....	257
10.3. Область розничной торговли, шопинг и туризм.....	259
КЕЙС: ГАЛЕРЕЯ 8АМ8ШО: ПРОЕКТ ПРОДАЖИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ.....	265
КЕЙС: ДУХ АРИСТОКРАТИЗМА И БЮРЖЕРСТВА.....	266
ГЛАВА 11. МУЗЫКАЛЬНЫЕ ТЕАТРЫ, СПЕЦИАЛЬНО-ОРГАНИЗОВАННЫЕ МУЗЫКАЛЬНЫЕ СОБЫТИЯ.....	267
ГЛАВА 12. ОПЫТ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ОЩУЩЕНИЙ В ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ И РОССИИ.....	271
12.1. Особенности менеджмента переживаний в природном (естественном) туризме.....	271
12.2. Инсценирование в сфере естественного туризма.....	277
КЕЙС: ВЕКОНАИ8 ООБООЕКЫ, БЕЭТАБ КАМЕНИСТАЯ ТРОПА УАБЬЕ МА001А У1А 5ТОСКАБРЕК, 51МРШЫРА55.....	288
ГЛАВА 13. СФЕРЫ ИННОВАЦИОННОГО ТУРИЗМА.....	296
13.1. Потенциал экономики переживаний в дестинации Вегпег Обеглапде§.....	296
13.2. Технологии анализа качества ощущений в туризме.....	299
13.3. Инструменты инсценирования в деталях.....	302
ГЛАВА 14. ЕСТЕСТВЕННЫЕ ЛАБОРАТОРИИ ИННОВАЦИОННОГО ТУРИЗМА В РОССИИ.....	308
14.1. Глобализация рынка и туризм как мир ощущений.....	308
14.2. Новые точки туризма и смещение маршрутов.....	314
14.3. Динамика современных розничных рынков.....	316
КЕЙС: ПИВО, ВОДКА, ДАЛЕЕ - НИГДЕ.....	320
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	324