**Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова**

**Философский факультет**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Специфика продвижения велнес и ЗОЖ (здорового образа жизни) в современной России»**

**Уровень высшего образования:** направление подготовки магистратуры «Реклама и связи с общественностью»

1. **Цели и задачи курса:** дать студентам знания и навыки научного исследования в области продвижения Здорового образа жизни и Велнес как одного из новых видов бизнеса. Студенты знакомятся с основными понятиями, проблемами и принципами маркетинга в сфере ЗОЖ и Велнес.

 Особое внимание уделено специфике продвижения в условиях современной России. В число задач курса«Специфика продвижения Здорового Образа Жизни (ЗОЖ) в современной России», помимо выработки научного подхода к анализу данного направления, входит выработка у студентов способности самостоятельно прикоснуться к методам ведения бизнеса. Для этого организуются круглые столы и мини – конференции с участием видных представителей отечественного бизнеса в этой сфере.

1. **Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:**

**а**. Способность анализировать и оценивать философские проблемы при решении социальных и профессиональных задач (ОНК-2);

**б.** Способность к творчеству, порождению инновационных идей, формированию собственных гипотез (СК-1);

**в.** способность выстраивать и реализовывать перспективные линии

интеллектуального, культурного и нравственного саморазвития и самосовершенствования (СК-5).

1. **Место дисциплины в структуре основной образовательной программы (ООП):**

Дисциплина «Специфика продвижения ЗОЖ и Велнес в современной России» относится к вариативной части ООП, предназначена для студентов философского факультета Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова.

1. **Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы:**

|  |  |
| --- | --- |
| Формируемые компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
| ПК – 1 (ОНК-2) | **знать** базовые понятия в сфере ЗОЖ и Велнес; основные этапы развития этого направления на Западе и в РФ; содержание основных видов маркетинга в данной области;  |
| ПК – 2 (СК-1) | **уметь:** - формировать собственную модель ведения бизнеса в одной из сфер относящихся к ЗОЖ и Велнес;- логично и аргументировано излагать свою точку зрения по социально значимым проблемам, связанным с ЗОЖ и Велнес; - искать и находить в изучаемой проблематике ответы на практические вопросы, возникающие в общественной жизни; |
| ПК (СК-5) | **владеть:** - навыками работы с литературой и анализа первоисточников ;- способностью творческого усвоения приобретенных знаний, возможностью применения их в собственной жизни. |
|  |  |

1. **Объем дисциплины в зачетных единицах (з.е.) с указанием количества академических часов (ак.ч) , отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий в соответствии с учебным планом) и на самостоятельную работу студента (СРС):**

Лекционный курс рассчитан на 36 ак. часов. Лекции (ЛК)-16 часов, контролируемая самостоятельная работа (КСР) – 4 часа, самостоятельная работа студентов (СРС)-16 часов. Итоговый контроль – зачет.

1. **Формат обучения:** *очно*
2. **Используемые технологии:**
	1. Образовательные технологии:

- Проведение аудиторных занятий с использованием мультимедийных технологий;

- Проведение занятий в форме «Круглого стола» с представителями бизнеса и профессионалами в сфере ЗОЖ.

* 1. Научно-исследовательские технологии

- Использование проблемно-ориентированного подхода посредством проведения семинаров – развернутых бесед, семинаров-диспутов, проблемного семинара.

- Проведение «мини – конференций» с подготовкой презентаций и организацией дискуссии (в т.ч. в виде полемики между сторонниками двух различных концепций) самими студентами в качестве модераторов.

1. **Содержание дисциплины, структурированное по разделам/темам:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование темы** | **Всего (час.)** | **В том числе** |
| **Лекции** | **СРС** | **КРС** |
| 1 | Концептуальное введение. Философия ЗОЖ: основные понятия, обзор проблематики. Персоналии. Краткий исторический обзор.  | 4 | 2 | 2 |  |
| 2 | История развития Велнес и СПА на Западе – от римских терм до наших дней. Велнес-философия как новая концепция мировоззрения. Велнес как бизнес и мега-тренд ХХI века.  | 4 | 2 | 2 |  |
| 3 | СПА как философия и бизнес. История СП.А. Специфика Спа в США и Европе. СПА в России. Эволюция концепции СПА.  | 4 | 2 | 2 |  |
| 4 | Специфика создания и ведения Велнес и СПА-бизнеса в России. (Занятие проводится в виде «мини - конференции» с представителями Велнес и СПА бизнеса). Специфика продвижения ЗОЖ и Велнес в РФ –инновации и традиции.  | 4 | 2 | 2 |  |
| 5 | Стратегии и инструменты маркетинга СПА и Велнес. (Занятие проводится в виде «круглого стола» с представителями Велнесс и СПА бизнеса).Применение методов сенсорного маркетинга, нейромаркетинга и в данной сфере. | 4 | 2 | 2 |  |
| 6 | Опыт апробации программ ЗОЖ, связанных с продвижением и проведением оздоровительных семинаров и тренингов в РФ. Базовые принципы когнитивного маркетинга в сфере проведения семинаров по ЗОЖ.  | 4 | 2 | 2 |  |
| 7 | Восточные системы оздоровления: Йога. Опыт апробации программ ЗОЖ по продвижению йога – туров и организации йога – центров в РФ. Д. Рэйпорт и «вирусный маркетинг», - перспективы применения в области ЗОЖ. Ограничения и риски. |  | 2 | 2 |  |
| 8 | Восточные системы оздоровления: Аюрведа. Опыт апробации программ ЗОЖ по организации и продвижению в РФ «Аюрведических туров». Диагностика основных проблемных зон в сфере ЗОЖ. | 8 | 2 | 2 |  |
|  | **Итоговый контроль** | 2 |  |  |  |
|  | **Итого** | 36 | 16 | 16 | 4 |

**СОДЕРЖАНИЕ КУРСА**

**Тема 1. Концептуальное введение**. Определение понятия ЗОЖ и Велнес – специфика и отличие. ЗОЖ и смежные области знания. Философия ЗОЖ: основные понятия, обзор проблематики, подходы к определению понятия. Определение понятия ЗОЖ и Велнес – специфика и отличие. ЗОЖ и спорт. ЗОЖ и медицина. ЗОЖ и культура. Духовно-нравственные аспекты ЗОЖ. Полипарадигмальность образования и продвижения в сфере ЗОЖ. Анкета самооценки состояния здоровья. Краткий исторический обзор проблематики ЗОЖ – от древнего мира до СССР и современной России. Персоналии в сфере ЗОЖ – Алкмеон, Эмпедокл, Гиппократ, Аристотель, Герофил, Цельс, Аль – Фараби, Авиценна, Парацельс, А. Гумбольт, С. Кнейп. Различие культур Востока и Запада в сфере ЗОЖ и отношения к здоровью. Основные исторические тенденции развития в сфере ЗОЖ за рубежом. Современные модели ЗОЖ: инновации и традиции. ЗОЖ как «дар»: гуманистическая направленность деятельности в данной сфере. Смена парадигмы в сфере коммуникации и массовом сознании россиян в ХХI веке: социализация и активная деятельность как альтернатива “downshifting” - модели «жизни ради себя»; формирование новой идентичности - открытого и позитивного человека; воспитание толерантного отношения к различным подходам в сфере ЗОЖ. Решение развивающих задач в области ЗОЖ средствами культуры. Примеры образовательных технологий (тренинги личностного роста, оздоровительные тренинги и т.д.). Плюс и минусы, возможности латентных рисков и способы их обнаружения.

**Тема 2. История развития Велнес и СПА на Западе – от римских терм до наших дней. Велнес-философия как новая концепция мировоззрения.** ЗОЖ и Понятие Велнес (Wellness).Концепция Велнесв ХХ в. – ее основатель Хелберт Л. Данн (Halbert L. Dunn). Компоненты теории и практики
Велнес. «Теневая сторона» велнес-индустрии. «Wellness» как бизнес и «глобальный мега - тренд» ХХI века с ежегодным оборотом в 3.7 триллиона $.Концепции Велнес и СПА -объединениедвух концепций.Комплексное решение проблем красоты и здоровья. СПА как один из самых эффективных инструментов Велнес (лозунг СПА профи в США – « СПА – часть велнес –бизнеса»). Этнические истоки велнес и спа-технологий (вклад разных стран).

**Тема 3. СПА как философия и бизнес.**

История СПА. Апробация временем понятия СПА. Литература по СПА 18-19 вв. Первые водолечебницы. Специфика Спа в США и Европе. СПА в России. Модели «Дейспа» - (букв. «дневное Спа»). Эволюция концепции СПА. Определение СПА. Девиз СПА. Использование термина СПА. Введение термина СПА в Государственный стандарт (ГОСТ). Терминология стандарта СПА в РФ. 10 сегментов СПА – индустрии. Вклад стран в мировую спа-культуру - эффективные методы оздоровления из разных регионов мира. Тенденции развития мировой СПА – индустрии.

**Тема 4.** **Специфика создания и ведения Велнес и СПА-бизнеса в России. (Занятие проводится в виде «круглого стола» с представителями Велнесс и СПА бизнеса).**

Специфика создания и ведения СПА-бизнеса в России.Негативные факторы, тормозившие развитие рынка в России. Проблемы рынка на начальном этапе (частично и по сей день). Динамика изменений подхода российских предпринимателей к организации СПА – бизнеса. Появление в начале XXI в. «жизнеспособных» моделей СПА - салонов, сетевых структур, франчайзинговых моделей и отечественных СПА – операторов. Особенности клиентского спроса в РФ. Регламентирование бизнеса в сфере СПА в РФ – государственный стандарт (ГОСТ) в области СПА.Принципы ведения бизнеса в сфере ЗОЖ и Велнес в РФ – рецепты профессионалов.

**Тема 5.** **Стратегии и инструменты маркетинга СПА и Велнес. (Занятие может проводиться в виде «круглого стола» с представителями Велнесс и СПА бизнеса).**

Традиционный и инновационный маркетинг в сфере ЗОЖ и Велнес. Применение методов сенсорного (чувственного) маркетинга (маркетинга ощущений) в данной сфере: все товары должны пахнуть, звучать, иметь уникальный вкус и давать тактильные ощущения. Аромамаркетинг. Исследования запахов в современной психологии - американский психиатр А. Хирш. Запах как маркетинговый инструмент по М. Линдстрому. Уникальность сенсорного маркетинга – возможность дистанционного воздействия на покупателя через эмоциональный посыл. Концепция нейромаркетинга (Гарвардский университет). Метод “ZMET” – метод извлечения метафор Залтмена. Обсуждение возможных проблемных ситуаций.

**Тема 6. Опыт апробации программ ЗОЖ, связанных с продвижением и проведением оздоровительных семинаров и тренингов в РФ. Базовые принципы когнитивного маркетинга в сфере проведения семинаров по ЗОЖ. (Занятие может проводиться в виде «круглого стола» с представителями бизнеса).**

Оздоровительные семинары, тренинги личностного роста и реализация принципов когнитивного маркетинга. Маркетинговые технологии на основе "когнитивного баланса", разработанного Ф. Хайдером. Личность как носитель знаний и навыков. «Интеллектуальность» продукта - продажа ЗУНов (Знания – Умения – Навыки). Особенности «продукта» ЗОЖ как услуги по «инвестированию в себя», услуги не единовременной, но предлагаемой в протяженности и длительности. Базовые принципы когнитивного маркетинга в сфере проведения семинаров по ЗОЖ: социальная коммуникация (работа в группе), достижение уровня когнитивного баланса (внутренний рост личности) и программирование потребительского поведения покупателя(разработка новых продуктов с учетом перспективы роста когнитивных потребностей – стадиальный принцип). Риски и проблемные зоны в этой сфере.

**Тема 7. Восточные системы оздоровления: Йога. Опыт апробации программ ЗОЖ по продвижению йога – туров и организации йога – центров в РФ.** **(Занятие может проводиться в виде «круглого стола» с представителями бизнеса).**

 Общие философские принципы йоги, основные понятия – Дхарма, карма, мокша, сансара т др. Виды и направления йоги. Йога туры как современный тренд активного отдыха россиян. Организация йога – центров как бизнес. Возможные риски и опасности в данной области. Реклама в данной сфере. Д. Рэйпорт и «вирусный маркетинг», использование привычки делиться информацией с окружающими, - перспективы применения в области ЗОЖ. Описание основных алгоритмов проектирования туров. Специфика стран пребывания. Механизмы выстраивания эффективной политики продвижения, в частности, рекламной кампании, с учетом психологических (физиологических) особенностей потребителей. Использование фото, видео, специально подобранных текстов в с сфере продвижения аюрведа и йога – туров для россиян за рубежом.

**Тема 8.** **Восточные системы оздоровления: Аюрведа. Опыт апробации программ ЗОЖ по организации и продвижению в РФ «Аюрведических туров».**  **Диагностика основных проблемных зон в сфере ЗОЖ;**

Общие философские принципы аюрведы: Человек как целостная триада – «Тело – Ум - Душа». Методы очищения и оздоровления на всех трех уровнях. Популяризация проверенных тысячелетиями алгоритмов «внешнего» очищения и «внутреннего» роста. Основные понятия аюрведы: доши, равновесие, диета, аюрведические процедуры, панчакарма и т.д.

Опасности и риски; рецепты по выработке навыка отделения «зерн от плевел» и способы разрешения конфликтных ситуаций.

*Проблемные зоны:*

- Отсутствие специалистов и комплексной программы обучения, необходимость стандартов;

- Отсутствие четких критериев оценки качества «продукта», а также квалифицированных экспертов, способных определить его пригодность;

- Недостаточная разработанность в сфере законодательства во взаимоотношениях производитель - потребитель;

- Недостаточные профессиональные компетенции у организаторов;

- Необходимость разработки «Дорожной карты» по преодолению проблемных зон.

*Опасности и риски*:

- Реальные риски для здоровья, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе;

- Опасность «идеологического зомбирования» и различного рода манипуляций;

- Риски, связанные с абсолютизацией какой - либо одной системы ЗОЖ;

- Опасность выбора «фальшивого» или некачественного продукта.

Способы минимизирования рисков и разрешения конфликтных ситуаций.

* **Примерный перечень заданий для СРС** (Темы докладов/рефератов)

**:**

1. Д. Рэйпорт, «вирусный маркетинг» и возможности его применения в сфере продвижения ЗОЖ.
2. Применение методов сенсорного (чувственного) маркетинга (маркетинга ощущений) для продвижения ЗОЖ.
3. Исследования запахов в современной психологии - американский психиатр А. Хирш. Запах как маркетинговоый инструмент по М. Линдстрому - создателю теории чувственного маркетинга.
4. Концепция нейромаркетинга. Метод “ZMET” – метод извлечения метафор Залтмена и специфика его применения в области продвижения ЗОЖ.
5. Идеи ЗОЖ и Велнес в массовом сознании россиян – динамика становления и развития за 25 лет.
6. Абсолютизация или демонизация нетрадиционных методов оздоровления организма, недоверие к аллопатическим методам лечения, массовое увлечение йогой, цигун, аюрведой и т.д.– плюсы и минусы;
7. Польза (вред) вегетарианства, голодания, раздельного питания, различных диет; Основные стереотипы, мифы и заблуждения. Научные рекомендации по возможному применению.
8. Маркетинговые технологии на основе "когнитивного баланса", разработанного Ф. Хайдером. Личность как носитель знаний и навыков. Возможные корреляции с продвижением ЗОЖ (тренинги, обучение в сфере ЗОЖ и т.д.).
9. Доклад по книге Д. Эберта "Физиологические аспекты йоги".
10. Доклад по книге «Курс MBA по маркетингу» Ч.Д. Шив, А.У.Хайэм
11. Доклад по книге Дольник В. «Непослушное дитя биосферы: Беседы о человеке в компании птиц и зверей».
12. Анализ релевантных материалов по теме ЗОЖ исторического портала historyonthenet.com
13. Обзор основных позиций по книге « Бизнес в позе лотоса. Как совместить работу и духовный поиск». Ризван Вирк. Москва; 2014
14. Доклад по книге Г. Селье **«**На уровне целого организма».
15. Особенности сенсорного восприятия человека, возможности их использования в маркетинге и продвижении услуг SPA и wellness.
16. Доклад на тему «Агрессия» по книге К. Лоренца «Агрессия: так называемое зло».
17. Доклад на тему «Ароматерапия» по книге: Ирисова О. А. «Ароматерапия. Практическое руководство».
18. Доклад по книге Климовой В.И. «Человек и его здоровье».
19. Доклад по книге: Васант Лад «Аюрведа. Наука самоисцеления». Спб. 1992
20. Доклад по книге: Суботялов М.А., Дружинин В.Ю. «Аюрведа: Источники и характеристики».
21. Доклад по книге : Хариш Джохари. «Дханвантари. Жизнь по законам аюрведы. Полное практическое руководство».
22. Проведение студенческой мини – конференции по книге: Богачева Е.Л. Энциклопедия SPA и Wellness. Т. 1. Книга руководителя. Красивый и здоровый бизнес (самостоятельно выбранные по теме продвижения ЗОЖ главы).
23. Проведение студенческой мини – конференции по книге: Тоpчинов Е. А. «Религии миpа: Опыт запpедельного: Психотехника и тpанспеpсональные состояния» (Ч.2 гл.2: Наука психотехники: индуистская йога).
24. Доклад по книге: Васант Лад. Домашние средства аюрведы. (гл. 5: Правильный образ жизни).
25. Доклад по книге: «Давид Фроули - Аюрведическая терапия» (ч.- гл.5 – «Режимы жизни», ч.3-гл.6 – «Ведическое знание и йога»)
26. Доклад по книге: Роберт Е. Свобода. «Пракрити. Ваша аюрведическая конституция» (гл. 5 - 9).
27. Доклад по книге: Роберт Е. Свобода. «Секреты аюрведы».
28. Доклад по книге: Сунил В.Джоши. «Аюрведа и панчакарма. Методы исцеления и омоложения» (ч.1 гл. 1-6).
29. Студенческая мини - конференция по книге: «Мелани Саш. Аюрведические секреты красоты».

**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА**

Вид работ: **доклад**

|  |  |
| --- | --- |
| **Оценка** | **Условие** |
| Отлично | Знание предметной области, структурированное и понятное изложение материала, наглядная презентация, активная коммуникация с аудиторией и собственный анализ |
| Хорошо | Знание предметной области, понятное изложение материала, наглядная презентация, присутствуют элементы анализа. |
| Удовлетворительно | Частиное знание предметной области, не вполне четкое изложение материала, отсутствие презентации и собственного анализа. |
| Неудовлетворительно | Отсутствие вышеупомянутых критериев |

Вид работ: **Реферат**

|  |  |
| --- | --- |
| **Оценка** | **Условие** |
| Отлично | Глубокое знание предметной области, структурированный текст, в начале работы поставлены цели и задачи исследования, подтвержденные в заключении, аргументированное и понятное изложение материала, собственный анализ, репрезентативный список литературы. |
| Хорошо | В целом продемонстрировано знание предметной области, структурированный текст, аргументированное и понятное изложение материала, фрагментарно есть собственный анализ, есть список литературы. |
| Удовлетворительно | Поверхностное знание предметной области, не вполне структурированный текст, не везде аргументированное и понятное изложение материала, отсутствие собственного анализа и списка литературы. |
| Неудовлетворительно | Отсутствие вышеупомянутых критериев |

1. **Фонд оценочных средств**

Формируется по видам работ.

Итоговое собеседование и письменная работа, представляющая отчет (по упрощенной схеме) о проведении мини – исследования (реферата) по выбранной теме.

Итоговая оценка: выставляется на основании суммарного учета всех контрольных мероприятий и оценки, полученной на итоговом собеседовании.

**ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

1. Философия ЗОЖ: основные понятия, обзор проблематики.
2. Велнес-философия как новая концепция мировоззрения.
3. В чем заключаются Духовно-нравственные аспекты ЗОЖ?
4. Современные модели ЗОЖ и примеры маркетинговых технологий.
5. Основные стереотипы, мифы и заблуждения в сфере ЗОЖ и пути их преодоления.
6. В чем состоит «интеллектуальность» продукта - продажа ЗУНов (Знания – Умения – Навыки) в сфере ЗОЖ?
7. Концепция нейромаркетинга и аромамаркетинга в сфере продвижения ЗОЖ.
8. Когнитивный маркетинг. Личность как носитель знаний и навыков в сфере ЗОЖ.
9. Социальная коммуникация в сфере проведения семинаров по ЗОЖ.
10. Коммуникативные аспекты восточных практик аюрведы и йоги. Человек как целостная триада – «Тело – Ум - Душа».
11. Проблемные зоны в сфере ЗОЖ; основные риски и способы их преодоления.
12. **Ресурсное обеспечение:** Материально-техническое обеспечение дисциплины «Специфика продвижения здорового образа жизни (ЗОЖ) в современной России»предполагает использование для чтения лекций специализированных аудиторий, оснащенных компьютером и LCD-проектором, интерактивной доской.
Необходима аппаратура, позволяющая качественное воспроизведение текстовых и видео фрагментов для аудирования.
Учебно-вспомогательные аудитории:

- научная библиотека МГУ,

- библиотека философского факультета МГУ,

- компьютерный класс.

1. **Литература:**
2. Блум Ф., Лейзерсон А., Хофстедтер Л. Мозг, разум и поведение. Перевод с англ. Москва: Мир, 1988.
3. Богачева Е.Л. Энциклопедия SPA и Wellness. Т. 1. Книга руководителя. Красивый и здоровый бизнес. М. 2014. – 353 с.
4. Брэтмен С. Нетрадиционная медицина. Плюсы и минусы двадцати методов лечения. СПб: Питер, 1997.
5. Васант Лад. Аюрведа. Наука самоисцеления. Спб. 1992
6. Васант Лад. Домашние средства аюрведы. (гл. 5: Правильный образ жизни). М. Саттва. 2000. -320 с.
7. Винод Верма. Аюрведа. М.: Изд‑во «Философская книга»,2000. – 320 с.
8. Давид Фроули - Аюрведическая терапия. М. Саттва. 1998. – 448 с. (ч.- гл.5 – «Режимы жизни», ч.3-гл.6 – «Ведическое знание и йога»).
9. Дельгадо Х. Мозг и сознание. Перевод с англ. - М.: Мир, 1971.
10. Дольник В. Непослушное дитя биосферы: Беседы о человеке в компании птиц и зверей. – М.: Педагогика-Пресс, 1994.
11. Жуков Д. А. Биологические основы поведения. Гуморальные механизмы. Учебник. – СПб: «Юридический центр Пресс», 2004.
12. Климова В.И. Человек и его здоровье. М. Знание. 1985. - 192 с.
13. Конышев В.А. Кому что есть. Раздумья о пище. Москва: ФиС, 1998.
14. Лоренц К. Агрессия (так называемое «зло»). – М.: Прогресс, 1988.
15. Мелани Саш. Аюрведические секреты красоты.М. Саттва.2000. – 320 с.
16. Минвалеев Р.С. Особенности внутрисердечного и внутриорганного кровотока при избранных позах человека (по данным допплерэхографии): Дисс… канд. биол. наук: 03.00.13 / Санкт- Петербургский государственный университет. - СПб., 1999 – 118 с.
17. Минвалеев Р.С., Ноздрачев А.Д., Кирьянова В.В., Иванов А.И. Постуральные влияния на уровень гормонов у здоровых людей. Поза "кобры" и стероидные гормоны // Физиология человека, 2004, том 30, №4. - с. 88-92.
18. Минвалеев Р.С., Иванов А.И. К теории управления человеческим организмом. Сообщение 2: Уддияна-бандха // Адаптивная физическая культура, 2003, №1 (13) - с.10-11.
19. Минвалеев Р.С. Коррекция веса. Теория и практика здорового питания. - СПб: "Питер", 2001.
20. *Минвалеев Р.С.*Вся правда о диетах. Очерки прикладной физиологии. М.: Фитон+, 2006. – 128 с.
21. *Минвалеев Р.С.*Физика и физиология тибетской йоги туммо // Химия и жизнь XXI век, 2008, №12, с.28-34.
22. *Минвалеев Р.*С., Архипова Л.Э., Гордеев Ю.В. Уддияна-бандха как способ быстрого повышения адаптационных резервов организма // Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 110-летию физической культуры и спорта в СПбГУ «Физическая культура и спорт в системе высшего образования» 01 ноября 2011 года. СПб: 2011 – с. 40-45.
23. *Минвалеев Р.С., Руденко* А.А. Традиционные системы оздоровления. Учебное пособие. СПб: Национальный институт здоровья, 2003 – 94 с.
24. Мирча Элиаде. Йога - свобода и бессмертие. М. Академический проект. 2014.
25. Ризван Вирк. Бизнес в позе лотоса. Как совместить работу и духовный поиск».М. 2014.
26. Роберт Е. Свобода. Пракрити. Ваша аюрведическая конституция. М. Саттва.1998. – 256 с.
27. Роберт Е. Свобода. Секреты аюрведы. М. Саттва. 1998. – 96 с.
28. Селье Г. На уровне целого организма. - М.: Наука, 1972.
29. Суботялов М.А., Дружинин В.Ю.Аюрведа: Источники и характеристики. Монография. М. Философская книга. 2015. – 266 с.
30. Сунил В.Джоши. Аюрведа и панчакарма. Методы исцеления и омоложения. М. Саттва. 2014. – 256 с.
31. Тоpчинов Е. А. Религии миpа: Опыт запpедельного: Психотехника и тpанспеpсональные состояния. СПб."Петеpбypгское Востоковедение", 1998. - 384 с.
32. Хариш Джохари. Дханвантари. Жизнь по законам аюрведы. Полное практическое руководство. К.София.2000. – 255 с.
33. Эберт Д. Физиологические аспекты йоги /пер. с нем. Минвалеева Р.С. - СПб., 1999 - 159 с.

**Интернет-ресурсы:**

1. historyonthenet.com (релевантные материалы по ЗОЖ);
2. <http://www.rulit.me/books/aromalogiya-quantum-satis-read-220167-1.html> (АРОМАЛОГИЯ: QUANTUM SATIS);
3. <https://www.millenniumsi.com/blog/what-type-of-music-should-i-play-in-my-salon-or-spa/> (SPA);
4. <https://www.massage-therapy-blog.com/best-music-for-massage-therapy-sessions-a-guide-for-massage-therapists/> (SPA);
5. **Язык преподавания –** *русский*