

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.03.2026 14:23:59
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c5ce7bb8a25c0b0bb55e0e58

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра экономики и управления

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ
В ИНДУСТРИИ СОБЫТИЙ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис
Направленность (профиль): Ивент-менеджмент и продюсирование
Квалификация выпускника: Бакалавр

Автор-составитель: Бодрова Е.Г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	3
2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	4
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	5
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	31

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Бизнес-планирование и управление рисками в индустрии событий» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
ПК-2 Способен осуществлять разработку концепции и бизнес-плана (развернутого и экспресс-варианта) организации проекта торгово-промышленной выставки	ПК-2.1 Осуществляет разработку бизнес-плана проекта торгово-промышленной выставки, бизнес-планов ключевых деловых мероприятий в программе торгово-промышленной выставки
	ПК-2.2 Умеет определять приоритеты и ключевые факторы эффективности торгово-промышленной выставки, рассчитывать коммерческие показатели эффективности проекта торгово-промышленной выставки, работать с BI-решениями для бизнес-аналитики и визуализацией больших данных
	ПК-2.3 Умеет разрабатывать бюджет проекта и осуществлять контроль его выполнения, оценивать коммерческую эффективность мероприятий, применять методы управления рисками в выставочном бизнесе

№ п/п	Код компетенций	Наименование компетенций	Этапы формирования компетенций
1.	ПК-2	Способен осуществлять разработку концепции и бизнес-плана (развернутого и экспресс-варианта) организации проекта торгово-промышленной выставки	<i>1 Этап – знать:</i> методы разработки бизнес-плана проекта торгово-промышленной выставки, бизнес-планов ключевых деловых мероприятий в программе торгово-промышленной выставки
			<i>2 Этап – уметь:</i> определять приоритеты и ключевые факторы эффективности торгово-промышленной выставки, рассчитывать коммерческие показатели эффективности проекта торгово-промышленной выставки, работать с BI-решениями для бизнес-аналитики и визуализацией больших данных;
			<i>3 Этап – владеть:</i> навыками разработки бюджета проекта и осуществления контроля его выполнения, навыками оценки коммерческой эффективности мероприятий, методами управления рисками в выставочном бизнесе

2. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Критерии оценивания компетенций на различных этапах формирования	Шкала оценивания
1.	ПК-2	Способен осуществлять разработку концепции и бизнес-плана (развернутого и экспресс-варианта) организации проекта торгово-промышленной выставки	<p><i>1 Этап – знать:</i> методы разработки бизнес-плана проекта торгово-промышленной выставки, бизнес-планов ключевых деловых мероприятий в программе торгово-промышленной выставки</p> <p><i>2 Этап – уметь:</i> определять приоритеты и ключевые факторы эффективности торгово-промышленной выставки, рассчитывать коммерческие показатели эффективности проекта торгово-промышленной выставки, работать с VI-решениями для бизнес-аналитики и визуализацией больших данных;</p> <p><i>3 Этап – владеть:</i> навыками разработки бюджета проекта и осуществления контроля его выполнения, навыками оценки коммерческой эффективности мероприятий, методами управления рисками в выставочном бизнесе</p>	<p>Зачет Оценка «Зачтено»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Глубокое и прочное усвоение программного материала. 2. Свободное владение понятийным аппаратом, умение использовать его в анализе экономических процессов и явлений; 3. Умение выявлять и объяснять функциональные связи и зависимости; 4. Знание формул, умение выявлять количественные зависимости, осуществление экономико-математические расчетов, построение графиков; 5. Иллюстрация теоретических положений примерами из реалий экономической жизни; 6. Выполнение заданий и самостоятельной работы за семестр; 7. Точность и обоснованность выводов; 8. Точные, полные и логичные ответы на дополнительные вопросы; 9. Умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь. <p>Оценка «Не зачтено»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Незнание значительной части программного материала; 2. Незнание основных терминов, классификаций; 3. Неумение выявлять количественные зависимости, незнание формул, неумение строить графики; 4. Неумение решать задачи по экономическим расчетам;

				5. Неумение выделить главное, сделать выводы и обобщения; 6. Грубые ошибки при выполнении практического задания и самостоятельной работы; 7. Неправильные ответы на дополнительные вопросы.
--	--	--	--	---

3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1 ЭТАП – ЗНАТЬ:

Темы докладов с презентацией:

Тема 1. Разработка бизнес-плана событийного мероприятия

1. Бюджетирование событийного мероприятия
2. Учет затрат и управление затратами событийного мероприятия
3. Калькулирование себестоимости событийного мероприятия
4. Оценка эффективности событийных мероприятий
5. Особенности финансового менеджмента в индустрии событий
6. Методы оценки инвестиционных решений
7. Управление денежными средствами
8. Управление источниками финансирования в индустрии событий

Тема 5. Идентификация и классификация рисков в индустрии событий.

1. Классификация рисков в индустрии событий: основные группы и их характеристики
2. Методы идентификации рисков при организации событийных мероприятий
3. Финансовые риски в индустрии событий: выявление и управление
4. Организационные риски: причины возникновения и способы минимизации
5. Технические риски в проведении мероприятий: от сбоев оборудования до форс-мажоров
6. Правовые риски в событийной индустрии: нормативные и юридические аспекты
7. Анализ рисков на этапах планирования и реализации событийного проекта
8. Использование SWOT-анализа для идентификации рисков в индустрии событий
9. Управление рисками безопасности участников событийных мероприятий
10. Примеры успешного управления рисками в реальных событийных проектах

Мультимедийные презентации используются для того, чтобы обучающийся смог наглядно продемонстрировать визуальные (табличные, графические) материалы, освоенные в ходе самостоятельной и практической работы по определенной теме.

Общие требования к презентации:

Презентация не должна быть меньше 10 слайдов.

Первый слайд – титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, автора, номер учебной группы;

Второй слайд – содержание, где представлены основные вопросы, разобранные в

ходе изучения темы. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно было перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

В структуре презентации необходимо использовать: графическую и анимационную информацию: схемы, таблицы, диаграммы и т.д.

Последний слайд демонстрирует список ссылок на используемые информационные ресурсы.

Обсуждение в группе

Тема 7. Разработка стратегий управления рисками

Общие вопросы для запуска дискуссии:

Какие стратегии управления рисками наиболее эффективны при подготовке крупных событий (например, фестивалей или конференций)?

Как определить приоритетность рисков, требующих немедленного внимания?

В чем заключается роль команды проекта в разработке и реализации стратегий управления рисками?

Вопросы о методах управления рисками:

Какие риски лучше избегать, а какие можно принять как неизбежные? Приведите примеры.

В каких случаях передача рисков третьим сторонам (например, через страхование) является оптимальным решением?

Как снизить влияние технических рисков (например, сбоев оборудования или программного обеспечения) на проведение мероприятия?

Вопросы о практическом применении:

Какие инструменты или технологии могут помочь в мониторинге и управлении рисками в реальном времени?

Как адаптировать стратегии управления рисками под разные типы мероприятий (корпоративные, массовые, культурные)?

Какую роль играет опыт предыдущих мероприятий в разработке новых стратегий управления рисками?

Вопросы о взаимодействии с участниками проекта:

Как убедить спонсоров и партнеров в необходимости выделения бюджета на управление рисками?

Как распределить ответственность за управление рисками между членами команды?

Как организовать обучение команды для повышения осведомленности о рисках и способах их минимизации?

Вопросы о кризисных ситуациях:

Какие шаги необходимо предпринять, если возникает форс-мажорная ситуация во время проведения мероприятия?

Как подготовить план действий на случай отказа ключевых подрядчиков или спонсоров?

Как минимизировать последствия негативных отзывов или кризисов в социальных сетях?

Вопросы о финансовой составляющей:

Как рассчитать бюджет на управление рисками и оправдан ли он с точки зрения экономической эффективности?

Какие риски чаще всего приводят к перерасходу средств, и как этого избежать?

Как использовать страхование для минимизации финансовых потерь при реализации мероприятий?

Вопросы о роли планирования:

Как часто нужно пересматривать стратегии управления рисками в процессе

подготовки мероприятия?

Какие ошибки чаще всего допускаются при разработке стратегий управления рисками, и как их избежать?

Вопросы для проведения дискуссии

Тема 8. Мониторинг и контроль рисков в процессе реализации мероприятий.

1. Какие методы мониторинга рисков наиболее эффективны на этапе подготовки мероприятия?
2. Какова роль команды проекта в контроле рисков во время реализации мероприятия?
3. Какие инструменты помогают отслеживать риски в режиме реального времени?
4. Как адаптировать план управления рисками при возникновении непредвиденных ситуаций?
5. Какую роль играют технологии в мониторинге и контроле рисков событийных мероприятий?
6. Как оценить эффективность выбранных стратегий управления рисками?
7. Как минимизировать влияние человеческого фактора на реализацию мероприятий?
8. Какие риски наиболее критичны на этапе проведения мероприятия и как их предотвратить?
9. Как организовать систему раннего оповещения о возникающих рисках?
10. Как обеспечить непрерывный контроль рисков после завершения мероприятия?

Правила проведения дискуссии

1. Подготовьте вопросы заранее, чтобы направлять обсуждение. 2. Определите регламент выступления участников. 3. Слушайте друг друга внимательно, не перебивая. 4. Аргументируйте свою позицию фактами и примерами. 5. Будьте уважительны к мнению оппонентов. 6. Ведущий контролирует ход обсуждения и поддерживает конструктивный диалог. 7. Итоги дискуссии подводятся в конце занятия.

2 ЭТАП – УМЕТЬ:

Решение открытых задач

Тема 2. Маркетинговое планирование в бизнес-плане событийного мероприятия.

Вы являетесь организатором международного фестиваля уличной культуры, который будет проходить впервые в вашем городе. Фестиваль рассчитан на аудиторию в 10 000 человек и включает в себя музыкальные выступления, мастер-классы, ярмарку локальных брендов и интерактивные зоны. Бюджет мероприятия ограничен, и спонсорская поддержка пока минимальна. Вам необходимо разработать маркетинговый план в рамках бизнес-плана мероприятия, который обеспечит:

1. Привлечение целевой аудитории (молодежь 16-35 лет, интересующаяся современной культурой и творчеством).
2. Минимизацию рисков, связанных с низкой посещаемостью или недостаточной узнаваемостью мероприятия.
3. Возможность привлечения новых партнеров и спонсоров в процессе продвижения.

Задание: Опишите этапы разработки маркетингового плана для данного мероприятия, включая анализ целевой аудитории, выбор каналов коммуникации и

стратегий продвижения. Предложите конкретные инструменты цифрового маркетинга (например, социальные сети, email-маркетинг, контекстную рекламу) и оцените их потенциальную эффективность. Разработайте план действий на случай возникновения кризисных ситуаций (например, негативных отзывов в социальных сетях или сбоев в работе онлайн-платформы для продажи билетов).

Обоснуйте, как выбранные маркетинговые решения повлияют на финансовые показатели проекта (например, увеличение продаж билетов, снижение затрат на продвижение).

Критерии успешного выполнения:

План должен быть реалистичным и соответствовать ограниченному бюджету. Учет особенностей целевой аудитории и региона проведения мероприятия. Оценка рисков и предложение мер по их минимизации. Четкая связь между маркетинговыми активностями и финансовыми результатами проекта.

Тема 3. Финансовое моделирование событийных проектов.

Задача: Финансовое моделирование событийных проектов

Вы являетесь финансовым менеджером компании, которая планирует организовать масштабный международный форум для стартапов и инвесторов. Мероприятие рассчитано на 500 участников, включает пленарные сессии, мастер-классы, нетворкинг-зоны и выставку инновационных проектов. Бюджет мероприятия составляет 5 млн рублей, из которых 60% уже профинансировано спонсорами, а оставшиеся 40% должны быть покрыты за счет продажи билетов и дополнительных источников дохода (например, продажи рекламных площадей или мерчандайзинга). Однако существует ряд неопределенностей:

1. Спрос на билеты может быть ниже прогнозируемого из-за экономической ситуации.

2. Возможны непредвиденные расходы, связанные с арендой площадки, логистикой или техническими сбоями.

3. Один из ключевых спонсоров уведомил о возможном сокращении финансирования на 20%.

Условия для расчетов в Excel

1. Создайте финансовую модель мероприятия, включающую:

Прогноз доходов и расходов.

Расчет точки безубыточности (минимальное количество проданных билетов).

Анализ трех сценариев: оптимистичного, реалистичного и пессимистичного.

2. Рассчитайте ключевые финансовые показатели:

NPV (чистая приведенная стоимость).

IRR (внутренняя норма доходности).

Срок окупаемости (Payback Period).

3. Оптимизируйте расходы и доходы:

Предложите стратегии снижения затрат.

Рассчитайте влияние изменения цен на билеты на общую прибыль.

4. Составьте план действий на случай критических ситуаций:

Отказ спонсора.

Низкая продажа билетов.

Макеты таблиц для заполнения в Excel

Таблица 1 – Прогноз доходов и расходов

Категория	Статья	Сумма (руб.)	Примечания
Доходы	Продажа билетов		Цена билета: ___ руб., Количество: ___
	Спонсорская поддержка		Исходная сумма: ___ руб.
	Продажа рекламных мест		
	Дополнительные доходы		Мерчандайзинг, гранты
Итого доходов			
Расходы	Аренда площадки		
	Логистика		
	Техническое оснащение		
	Маркетинг и продвижение		
	Персонал		
	Непредвиденные расходы		5% от общего бюджета
Итого расходов			
Финансовый результат	Прибыль/убыток		

Таблица 2 – Точка безубыточности

Параметр	Значение	Формула	Результат
Общие расходы			
Цена билета			
Переменные затраты на билет			
Точка безубыточности		Расходы / (Цена - Переменные затраты)	

Таблица 3 – Анализ сценариев

Сценарий	Доходы (руб.)	Расходы (руб.)	Прибыль (руб.)	NPV	IRR	Срок окупаемости
Оптимистичный						
Реалистичный						
Пессимистичный						

Таблица 4 – Оптимизация расходов

Категория расходов	Исходная сумма (руб.)	Возможное снижение (%)	Новая сумма (руб.)	Примечания
Аренда площадки				
Логистика				
Техническое оснащение				
Маркетинг				
Персонал				

Таблица 5 – План действий на случай критических ситуаций

Риск	Вероятность	Последствия	Меры минимизации риска	Ответственные лица
Отказ спонсора	Высокая	Дефицит бюджета	Поиск новых спонсоров	
Низкая продажа билетов	Средняя	Недостаточная прибыль	Увеличение маркетинговых активностей	
Технические сбои	Низкая	Срыв мероприятия	Подготовка резервного оборудования	

Как использовать макеты таблиц

1. Заполните все данные вручную, используя предоставленные формулы.

2. Используйте функции Excel для автоматического расчета показателей (например, формулы для NPV, IRR, Payback Period).
3. Визуализируйте результаты с помощью диаграмм (например, сравнение сценариев или динамика доходов/расходов).
4. Проанализируйте полученные данные и предложите рекомендации по управлению проектом.
5. Эти таблицы помогут структурировать данные, провести детальный анализ и принять обоснованные решения для успешной реализации мероприятия.

Решение кейсов

Темы 4. Оценка эффективности бизнес-плана событийного мероприятия

Ситуация: Вы являетесь менеджером по организации мероприятий в компании, которая специализируется на проведении городских фестивалей. Ваша компания провела международный фестиваль уличной культуры, который включал концерты, мастер-классы, выставки и ярмарку локальных производителей. Мероприятие рассчитано на 10 000 посетителей, бюджет составил 25 млн рублей. После завершения мероприятия необходимо провести оценку его эффективности с использованием количественных, качественных и финансовых показателей. Для этого вам предстоит проанализировать результаты и подготовить отчет для руководства компании.

Задание: Часть 1. Количественные показатели

Определите ключевые количественные показатели:

1. Число участников: фактическое количество посетителей составило 8 500 человек (план 10 000 человек).
2. Объем продаж билетов: реализовано 7 000 билетов из 8 000 доступных.
3. Охват аудитории: в социальных сетях публикации о мероприятии получили 500 000 просмотров.
4. Проанализируйте выполнение плана по количественным показателям:
5. Рассчитайте процент достижения целей по каждому показателю.
6. Укажите возможные причины недостижения плановых значений.

Часть 2. Качественные показатели

1. Оцените уровень удовлетворенности участников:
2. Проведен опрос среди 500 случайно выбранных участников. Средняя оценка удовлетворенности составила 4,2 балла из 5.
3. Получены отзывы о качестве организации, разнообразии активностей и удобстве площадки.
4. Оцените PR-эффект:
5. В СМИ вышло 30 публикаций о мероприятии.
6. В социальных сетях появились положительные отзывы и обзоры (общий тон комментариев — преимущественно позитивный).

7. Проанализируйте качественные показатели:

8. Определите сильные и слабые стороны мероприятия на основе отзывов.
9. Предложите рекомендации для улучшения будущих мероприятий.

Часть 3. Финансовые показатели

1. Рассчитайте основные финансовые показатели:
2. Доходы: 20 млн рублей (продажа билетов, спонсорские взносы, продажа мерча).
3. Расходы: 25 млн рублей.
4. Рентабельность: $(\text{Доходы} - \text{Расходы}) / \text{Расходы} * 100\%$.
5. ROI (возврат инвестиций): $(\text{Доходы} - \text{Расходы}) / \text{Расходы} * 100\%$.
6. Проанализируйте финансовую эффективность:
7. Определите, был ли проект прибыльным.

8. Если проект оказался убыточным, предложите способы повышения финансовой эффективности.

Часть 4. Итоговый отчет

1. Подготовьте сводный отчет:
2. Включите данные по всем показателям (количественным, качественным и финансовым).

3. Сформулируйте выводы о том, насколько эффективным было мероприятие.

4. Предложите рекомендации для улучшения бизнес-плана будущих мероприятий.

Дополнительные данные для анализа:

1. Бюджет на маркетинг: 3 млн рублей.

2. Средняя стоимость билета: 1 500 рублей.

3. Спонсорские взносы: 5 млн рублей.

4. Продажи мерча: 2 млн рублей.

Тема 5. Идентификация и классификация рисков в индустрии событий.

Ситуация: Вы являетесь менеджером по организации мероприятий в компании, которая специализируется на проведении крупных городских фестивалей. Ваша компания планирует провести первый международный гастрономический фестиваль в вашем городе. Мероприятие рассчитано на 10 000 посетителей, будет включать дегустации блюд от шеф-поваров, мастер-классы, выступления музыкальных коллективов и ярмарку местных производителей продуктов.

Однако перед началом реализации проекта необходимо провести SWOT-анализ, чтобы выявить внутренние и внешние факторы, которые могут повлиять на успех мероприятия, а также определить потенциальные риски.

Проведите SWOT-анализ для данного мероприятия, учитывая следующие аспекты:

1. Сильные стороны (Strengths):

Какие преимущества есть у вашей компании или проекта?

(Например, опыт организации мероприятий, сильная команда, поддержка местных властей, уникальность концепции.)

Какие ресурсы или возможности уже доступны?

(Например, наличие площадки, партнерские соглашения с ресторанами.)

2. Слабые стороны (Weaknesses):

Какие внутренние ограничения могут повлиять на организацию мероприятия?

(Например, ограниченный бюджет, недостаточный опыт работы с международными партнерами, сложности с логистикой.)

Какие риски связаны с внутренними процессами?

(Например, низкая узнаваемость бренда, недостаточное количество спонсоров.)

3. Возможности (Opportunities):

Какие внешние факторы могут способствовать успеху мероприятия?

(Например, растущий интерес к гастрономическим фестивалям, поддержка туристических организаций, возможность привлечь иностранную аудиторию.)

Какие тренды или рыночные условия можно использовать?

(Например, популярность экологических продуктов, развитие социальных сетей для продвижения.)

4. Угрозы (Threats):

Какие внешние факторы могут создать проблемы для реализации проекта?

(Например, экономическая нестабильность, сезонность, конкурентные мероприятия.)

Какие риски могут возникнуть во время проведения фестиваля?

(Например, плохие погодные условия, технические сбои, низкая посещаемость.)

Дополнительные вопросы для анализа:

1. Какие риски из SWOT-анализа являются наиболее критичными для проекта? Как их минимизировать? 2. Как сильные стороны можно использовать для преодоления слабых сторон и угроз? 3. Какие возможности стоит приоритизировать для достижения целей мероприятия?

Пример заполнения SWOT-анализа:

Сильные стороны	Слабые стороны
- Опыт команды в организации мероприятий. - Поддержка местных властей. - Уникальная концепция фестиваля.	- Ограниченный бюджет. - Недостаточный опыт работы с международными партнерами. - Низкая узнаваемость бренда.
Возможности	Угрозы
- Растущий интерес к гастрономическим фестивалям. - Привлечение туристов. - Использование социальных сетей для продвижения.	- Плохие погодные условия. - Конкурентные мероприятия в тот же период. - Экономическая нестабильность.

Критерии успешного выполнения:

1. SWOT-анализ должен быть детализированным и учитывать как внутренние, так и внешние факторы.
2. Должны быть четко обозначены риски и предложены стратегии их минимизации.
3. Анализ должен быть направлен на практическое применение для успешной реализации мероприятия.

Тема 6. Анализ и оценка рисков событийных проектов.

Кейс: Анализ и оценка рисков событийных проектов с использованием инструментов анализа

Ситуация: Вы являетесь менеджером по организации мероприятий в компании, которая специализируется на проведении крупных городских фестивалей. Ваша компания планирует провести международный фестиваль уличного искусства, который включает выступления артистов, мастер-классы, интерактивные зоны и ярмарку локальных производителей. Мероприятие рассчитано на 15 000 посетителей, бюджет составляет 30 млн рублей.

Однако перед началом реализации проекта необходимо провести анализ и оценку рисков, чтобы минимизировать вероятность возникновения проблем и их последствий. Для этого вам предстоит использовать такие инструменты анализа, как матрица рисков и дерево решений, а также современные интерактивные инструменты представления результатов, такие как Miro, Trello, или Microsoft Whiteboard.

Задание:

Часть 1. Матрица рисков

1. Идентификация рисков:

Определите ключевые риски, которые могут повлиять на успешность мероприятия.

Примеры рисков:

Погодные условия (сильный дождь или гроза).

Низкая посещаемость из-за недостаточной узнаваемости мероприятия.

Технические сбои оборудования.

Отказ одного из ключевых участников (например, хедлайнера).

Непредвиденные расходы на логистику или аренду площадки.

2. Оценка рисков:

Используйте матрицу рисков для оценки вероятности и последствий каждого риска. Категории вероятности: низкая, средняя, высокая. Категории последствий: незначительные, умеренные, серьезные.

3. Ранжирование рисков:

Определите приоритетные риски, требующие немедленного внимания.

Разработайте стратегии управления для каждого риска (избежание, снижение, передача, принятие).

4. Интерактивное представление:

Создайте матрицу рисков в Miro или другом инструменте, используя цветовую кодировку для обозначения уровней риска (зеленый — низкий, желтый — средний, красный — высокий). Добавьте комментарии к каждому риску, указывая рекомендации по управлению им. Поделитесь платформой с командой для совместного обсуждения и корректировки.

Часть 2. Дерево решений

1. Построение дерева решений:

Выберите один из ключевых рисков (например, низкая посещаемость) и постройте дерево решений для анализа возможных вариантов действий.

Укажите возможные решения и их последствия.

Пример решения: увеличить маркетинговый бюджет за счет сокращения других расходов.

Возможные последствия: увеличение продаж билетов, но рост затрат на маркетинг.

2. Оценка эффективности решений:

Расчитайте ожидаемые финансовые результаты для каждого варианта действий.

Выберите наиболее оптимальное решение на основе полученных данных.

3. Интерактивное представление:

Постройте дерево решений в Miro или Microsoft Whiteboard, используя блоки и стрелки для визуализации взаимосвязей между решениями и их последствиями.

Добавьте интерактивные элементы, такие как ссылки на дополнительные материалы или всплывающие подсказки с расчетами.

Предложите команде проголосовать за наиболее подходящее решение, используя функции платформы (например, голосование в Miro).

Дополнительные данные для расчетов:

1. Вероятность плохой погоды: 20%.
2. Потенциальные потери при отмене мероприятия: 50% от общего бюджета.
3. Вероятность низкой посещаемости: 30%.
4. Потенциальные потери при низкой посещаемости: 40% от продажи билетов.
5. Стоимость усиления маркетинговой кампании: 2 млн рублей.
6. Ожидаемый рост продаж билетов при усиленном маркетинге: 25%.

Пример решения:

Часть 1. Матрица рисков

Риск	Вероятность	Последствия	Приоритет	Стратегия управления
Плохая погода	Высокая	Серьезные	Высокий	Перенос мероприятия, страхование
Низкая посещаемость	Средняя	Умеренные	Средний	Усиление маркетинга
Технические сбои	Средняя	Умеренные	Средний	Аренда резервного оборудования
Отказ хедлайнера	Низкая	Серьезные	Средний	Подготовка запасного плана
Непредвиденные расходы	Высокая	Незначительные	Низкий	Создание резервного фонда

Интерактивное представление: Матрица рисков создана в Miro с цветовой кодировкой и комментариями. Команда может добавлять замечания и предлагать изменения в режиме реального времени.

Часть 2. Дерево решений. Проблема. Низкая посещаемость мероприятия.

Вариант 1. Увеличить маркетинговый бюджет на 2 млн рублей. Вероятность успеха: 70%. Ожидаемый рост продаж билетов: 25%.

Финансовый результат:

Прирост доходов: +7,5 млн рублей. Чистая прибыль: +5,5 млн рублей. Вариант 2: Не увеличивать маркетинговый бюджет.

Вероятность низкой посещаемости: 30%. Потери: -12 млн рублей.

Решение: увеличить маркетинговый бюджет, так как это приведет к положительному финансовому результату.

Интерактивное представление: Дерево решений построено в Microsoft Whiteboard с использованием блоков и стрелок. Команда может голосовать за наиболее подходящее решение прямо на платформе.

Критерии успешного выполнения: Матрица рисков должна быть детализированной и включать все ключевые риски. Дерево решений должно четко отражать возможные варианты действий и их последствия. Расчеты должны быть обоснованными, а выбранные стратегии управления рисками — реалистичными. Интерактивные инструменты (например, Miro, Trello или Microsoft Whiteboard) должны быть использованы для наглядного представления результатов. Команда должна иметь возможность взаимодействовать с материалами в режиме реального времени для совместного принятия решений.

Тема 7. Разработка стратегий управления рисками.

Кейс: Страхование как инструмент минимизации финансовых потерь

Ситуация: Вы являетесь организатором крупного музыкального фестиваля под открытым небом, который планируется провести в начале лета. Мероприятие рассчитано на 20 000 посетителей и включает выступления известных артистов, зону фуд-корта, интерактивные площадки и ярмарку. Бюджет мероприятия составляет 50 млн рублей, из которых 60% уже профинансировано спонсорами, а оставшиеся 40% покрываются за счет продажи билетов. Однако при подготовке к мероприятию возникли следующие риски:

Погодные условия: прогнозируется вероятность сильного дождя или грозы в день проведения фестиваля.

Технические сбои: оборудование для звука и света может выйти из строя.

Отказ участников: один из хедлайнеров может не приехать из-за форс-мажорных обстоятельств (например, болезнь или задержка на границе).

Непредвиденные расходы: возможно повышение цен на аренду оборудования или логистику.

Ваша задача: разработать стратегию управления рисками с акцентом на использование страхования как инструмента минимизации финансовых потерь, включая выбор страховой компании по критериям.

Задание:

1. Анализ рисков:

Определите ключевые риски и их потенциальное влияние на бюджет и успех мероприятия.

Рассчитайте возможные финансовые потери для каждого риска.

2. Страхование:

Какие виды страхования можно использовать для минимизации рисков? (Например, страхование отмены мероприятия, страхование ответственности перед третьими лицами, страхование оборудования.)

Определите, какие риски целесообразно застраховать и почему.

3. Выбор страховой компании:

Разработайте критерии выбора страховой компании (например, репутация, стоимость полиса, опыт работы с событийной индустрией, скорость выплат).

Проанализируйте предложения нескольких страховых компаний и выберите наиболее подходящую для вашего мероприятия.

4. Разработка стратегии:

Предложите комплексную стратегию управления рисками, включающую страхование и другие методы минимизации потерь.

Рассчитайте стоимость страховых услуг и сравните её с возможными потерями без страхования.

5. Принятие решений:

Обоснуйте выбор страховых продуктов и их экономическую эффективность.

Предложите план действий на случай возникновения застрахованных событий.

Дополнительные данные для расчетов:

Вероятность плохой погоды: 30%.

Потенциальные потери при отмене мероприятия: 70% от общего бюджета.

Стоимость страховки отмены мероприятия из-за погодных условий: 5% от бюджета.

Стоимость страховки оборудования: 3% от стоимости аренды оборудования.

Вероятность отказа хедлайнера: 10%.

Потенциальные потери при отказе хедлайнера: 30% от продажи билетов.

Критерии выбора страховой компании:

Критерий	Компания А	Компания Б	Компания В
Репутация	Высокая	Средняя	Низкая
Опыт в событийной индустрии	10 лет	5 лет	2 года
Стоимость полиса	5% от бюджета	4% от бюджета	6% от бюджета
Скорость выплат	2 недели	1 месяц	3 недели
Условия страхования	Широкие	Средние	Узкие
Дополнительные услуги	Консультации	Нет	Консультации

Для выбора страховой компании необходимо учитывать следующие критерии:

1. Репутация и надежность:

Наличие положительных отзывов от других организаторов мероприятий.

Рейтинг страховой компании на рынке (например, по данным Центрального банка РФ или рейтинговым агентствам).

История выплат компенсаций и отсутствие судебных разбирательств с клиентами.

2. Опыт работы в событийной индустрии:

Наличие специализированных продуктов для страхования мероприятий.

Опыт работы с аналогичными проектами (фестивали, конференции, спортивные события).

3. Условия страхования:

Широта покрытия рисков (например, включение форс-мажорных обстоятельств).

Размер страховой премии (процент от бюджета мероприятия).

Удобство оформления полиса (время оформления, необходимые документы).

4. Скорость и качество выплат:

Среднее время рассмотрения заявок на компенсацию.

Прозрачность процесса подачи документов и получения выплат.

5. Дополнительные услуги:

Возможность предоставления консультаций по управлению рисками.

Наличие дополнительных опций (например, страхование ответственности перед

третьими лицами или страхование жизни участников).

3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ

Тест для самоконтроля

1. Какой раздел бизнес-плана кратко описывает цели, задачи и ключевые показатели проекта?

- а) Анализ рынка
- б) Резюме
- в) Маркетинговый план
- г) Финансовый план

Ответ: б)

2. Какой метод прогнозирования доходов учитывает сезонность и рыночные тренды?

- а) Статистический анализ
- б) Экспертные оценки
- в) Метод аналогий
- г) Прогнозирование на основе данных прошлых мероприятий

Ответ: а)

3. Какой план в бизнес-плане описывает организационную структуру и этапы реализации мероприятия?

- а) Маркетинговый план
- б) Операционный план
- в) Финансовый план
- г) План рисков

Ответ: б)

4. Какой тип мероприятия требует особого внимания к безопасности и логистике?

- а) Корпоративное
- б) Культурное
- в) Массовое
- г) Частное

Ответ: в)

5. Какой раздел бизнес-плана включает SWOT-анализ и исследование конкурентов?

- а) Резюме
- б) Анализ рынка
- в) Маркетинговый план
- г) Операционный план

Ответ: б)

6. Что является основной целью бизнес-плана событийного мероприятия?

- а) Привлечение спонсоров
- б) Организация команды
- в) Достижение поставленных целей проекта
- г) Проведение анализа рисков

Ответ: в)

7. Как называется раздел бизнес-плана, который описывает источники доходов и расходов мероприятия?

Ответ: Финансовый

8. Какой термин используется для обозначения краткого пересказа основных идей бизнес-плана?

Ответ: Резюме

9. Бизнес-план помогает организаторам мероприятия определить _____ и _____ проекта.

- а) Цели и задачи
- б) Доходы и расходы
- в) Риски и возможности
- г) Команду и ресурсы

Ответ: Цели и задачи

10. Для массовых мероприятий важно учитывать _____, чтобы избежать перегрузок инфраструктуры.

- а) Логистику
- б) Безопасность
- в) Маркетинг
- г) Бюджет

Ответ: Логистику

Вопросы на соответствие (2 шт.)

11. Сопоставьте разделы бизнес-плана с их содержанием:

- а) Резюме — 1) Описание целей и ключевых показателей
- б) Анализ рынка — 2) Исследование конкурентов и целевой аудитории
- в) Маркетинговый план — 3) Стратегии продвижения и рекламы
- г) Финансовый план — 4) Прогноз доходов и расходов

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

12. Сопоставьте тип мероприятия с его особенностями бизнес-планирования:

- а) Корпоративное — 1) Акцент на комфорт и персонализацию
- б) Массовое — 2) Учет безопасности и логистики
- в) Культурное — 3) Акцент на художественную составляющую
- г) Частное — 4) Минимизация затрат

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

13. Какой этап маркетингового плана предшествует выбору каналов коммуникации?

- а) Прогнозирование эффективности
- б) Анализ целевой аудитории
- в) Определение бюджета
- г) Выбор стратегий продвижения

Ответ: б)

14. Какой метод анализа целевой аудитории помогает изучить поведение потребителей на основе их демографических данных?

- а) SWOT-анализ
- б) PEST-анализ
- в) Сегментация
- г) Анализ конкурентов

Ответ: в)

15. Какой канал коммуникации наиболее эффективен для привлечения молодежи к событийным мероприятиям?

- а) Телевидение
- б) Социальные сети
- в) Радио
- г) Печатная реклама

Ответ: б)

16. Что является основной целью прогнозирования эффективности маркетинговых активностей?

- а) Минимизация затрат
- б) Оценка окупаемости инвестиций
- в) Увеличение количества участников
- г) Повышение узнаваемости бренда

Ответ: б)

17. Какая стратегия продвижения направлена на создание долгосрочного имиджа мероприятия?

- а) Продажа билетов
- б) PR-кампания
- в) Контекстная реклама
- г) Мерчандайзинг

Ответ: б)

18. Какой показатель используется для оценки эффективности рекламы в социальных сетях?

- а) ROI
- б) Чистая прибыль
- в) Объем продаж
- г) Количественный охват

Ответ: а)

19. Как называется процесс разделения целевой аудитории на группы по определенным признакам?

- а) Сегментация
- б) Исследование
- в) Анализ
- г) Прогнозирование

Ответ: Сегментация

20. Какой термин обозначает ожидаемый результат маркетинговой кампании, выраженный в числовых значениях?

- а) Прогноз
- б) KPI
- в) Цель
- г) Бюджет

Ответ: Прогноз

21. Маркетинговый план помогает организаторам мероприятия определить _____ и _____ для привлечения участников.

- а) Цели и задачи
- б) Каналы и стратегии

- в) Бюджет и риски
 - г) Аудиторию и партнеров
- Ответ: Каналы и стратегии

22. Для оценки эффективности маркетинговых активностей используются _____ показатели, такие как ROI и охват аудитории.

- а) Количественные
- б) Качественные
- в) Финансовые
- г) Экспертные

Ответ: Количественные

Вопросы на соответствие (2 шт.)

23. Сопоставьте методы анализа целевой аудитории с их характеристиками:

- а) Сегментация — 1) Разделение аудитории на группы по интересам
- б) PEST-анализ — 2) Изучение внешних факторов (политика, экономика, социум, технологии)

- в) SWOT-анализ — 3) Оценка сильных и слабых сторон мероприятия
- г) Анализ конкурентов — 4) Изучение успешных решений других мероприятий

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

24. Сопоставьте каналы коммуникации с их особенностями:

- а) Социальные сети — 1) Высокий охват молодежной аудитории
- б) Телевидение — 2) Подходит для массовых мероприятий
- в) Радио — 3) Низкая стоимость размещения рекламы
- г) Печатная реклама — 4) Эффективна для локальных мероприятий

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

25. Какой показатель используется для оценки рентабельности мероприятия?

- а) ROI
- б) NPV
- в) IRR
- г) DPP

Ответ: а)

26. Что является основным принципом построения финансовой модели мероприятия?

- а) Минимизация затрат
- б) Учет сезонности и рыночных факторов
- в) Максимизация прибыли
- г) Привлечение спонсоров

Ответ: б)

27. Какой KPI показывает, насколько эффективно используются инвестиции в мероприятие?

- а) Чистая прибыль
- б) ROI
- в) Объем продаж
- г) Рентабельность активов

Ответ: б)

28. Какой метод прогнозирования учитывает влияние погодных условий на посещаемость мероприятия?

- а) Статистический анализ
- б) Анализ сезонности
- в) Экспертные оценки
- г) SWOT-анализ

Ответ: б)

29. Какой фактор необходимо учитывать при разработке финансовой модели массового мероприятия?

- а) Количество билетов
- б) Потенциальные риски безопасности
- в) Сезонность продаж
- г) Все вышеперечисленное

Ответ: г)

30. Какой раздел финансовой модели отражает возможные потери из-за форс-мажорных ситуаций?

- а) Доходы
- б) Расходы
- в) Резервный фонд
- г) Прогноз рисков

Ответ: г)

31. Как называется показатель, который рассчитывается как отношение прибыли к затратам?

- а) Прибыль
- б) Рентабельность
- в) Окупаемость
- г) ROI

Ответ: Рентабельность

32. Какой термин обозначает процесс учета внешних факторов, таких как экономика или погода, при создании финансовой модели?

- а) Адаптация
- б) Сезонность
- в) Прогнозирование
- г) Анализ

Ответ: Сезонность

33. Финансовая модель мероприятия помогает организаторам прогнозировать _____ и _____ для достижения целей проекта.

- а) Доходы и расходы
- б) Риски и возможности
- в) Цели и задачи
- г) Бюджет и ресурсы

Ответ: Доходы и расходы

34. Для оценки финансовой устойчивости проекта необходимо учитывать _____, такие как изменение спроса или форс-мажорные ситуации.

- а) Риски
- б) Показатели

в) Инвестиции

г) Затраты

Ответ: Риски

35. Сопоставьте ключевые показатели эффективности (KPI) с их определениями:

а) ROI — 1) Отношение прибыли к затратам

б) Рентабельность — 2) Эффективность использования инвестиций

в) Окупаемость — 3) Время, за которое инвестиции окупаются

г) NPV — 4) Чистая приведенная стоимость

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

36. Сопоставьте факторы, влияющие на финансовую модель, с их характеристиками:

а) Сезонность — 1) Влияние времени года на посещаемость

б) Рыночные факторы — 2) Изменение спроса и предложения

в) Риски — 3) Вероятность негативных событий

г) Инвестиции — 4) Привлечение финансовых ресурсов

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

37. Какой показатель относится к количественным показателям эффективности?

а) Уровень удовлетворенности участников

б) Количество участников

в) PR-эффект

г) Рентабельность

Ответ: б)

38. Какой показатель используется для оценки финансовой эффективности мероприятия?

а) Охват аудитории

б) Чистая прибыль

в) Отзывы участников

г) Объем продаж билетов

Ответ: б)

39. Какой из перечисленных показателей является качественным?

а) Объем продаж

б) Уровень удовлетворенности участников

в) Количество участников

г) Возврат инвестиций

Ответ: б)

40. Что измеряет показатель ROI?

а) Количество участников

б) Эффективность инвестиций

в) Уровень удовлетворенности

г) Охват аудитории

Ответ: б)

41. Какой показатель помогает оценить успешность продвижения мероприятия через СМИ?

а) PR-эффект

- б) Рентабельность
- в) Объем продаж
- г) Количество участников

Ответ: а)

42. Какой подход к оценке эффективности учитывает отзывы и эмоции участников?

- а) Количественный
- б) Финансовый
- в) Качественный
- г) Инвестиционный

Ответ: в)

43. Как называется показатель, который отражает общую прибыль после вычета всех затрат?

- а) Доход
- б) Прибыль
- в) Рентабельность
- г) ROI

Ответ: Прибыль

44. Какой термин обозначает отношение полученной прибыли к вложенным инвестициям?

- а) Рентабельность
- б) Возврат
- в) ROI
- г) Эффективность

Ответ: ROI

45. Оценка эффективности мероприятия включает анализ _____ и _____ показателей.

- а) Количественных и качественных
- б) Финансовых и инвестиционных
- в) Продаж и доходов
- г) Затрат и прибыли

Ответ: Количественных и качественных

46. Для повышения _____ мероприятия важно учитывать уровень удовлетворенности участников и PR-эффект.

- а) Прибыли
- б) Эффективности
- в) Продаж
- г) Рентабельности

Ответ: Эффективности

47. Сопоставьте типы показателей с их характеристиками:

- а) Количественные — 1) Измеряются числовыми значениями (например, количество участников)
- б) Качественные — 2) Оценивают эмоции и впечатления участников
- в) Финансовые — 3) Отражают прибыль и рентабельность
- г) Инвестиционные — 4) Показывают эффективность вложений

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

48. Сопоставьте показатели с их категориями:

- а) Количество участников — 1) Количественный
- б) Уровень удовлетворенности — 2) Качественный
- в) Чистая прибыль — 3) Финансовый
- г) ROI — 4) Инвестиционный

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

49. Какой вид риска связан с возможностью финансовых потерь из-за низкой посещаемости мероприятия?

- а) Организационный
- б) Финансовый
- в) Технический
- г) Природный

Ответ: б)

50. Какой метод анализа помогает выявить внешние факторы, влияющие на риск (например, политика или экономика)?

- а) SWOT-анализ
- б) PEST-анализ
- в) Экспертные оценки
- г) Анализ конкурентов

Ответ: б)

51. Какой тип риска связан с отказом оборудования во время мероприятия?

- а) Правовой
- б) Организационный
- в) Технический
- г) Природный

Ответ: в)

52. Как называется метод выявления рисков, который оценивает сильные и слабые стороны мероприятия?

- а) PEST-анализ
- б) SWOT-анализ
- в) Экспертные оценки
- г) Анализ рынка

Ответ: б)

53. Какой риск наиболее характерен для мероприятий под открытым небом?

- а) Правовой
- б) Природный
- в) Организационный
- г) Финансовый

Ответ: б)

54. Какой вид риска связан с возможными нарушениями законодательства при организации мероприятия?

- а) Технический
- б) Организационный
- в) Правовой

г) Финансовый

Ответ: в)

55. Как называется процесс выявления и оценки потенциальных угроз для мероприятия?

а) Анализ

б) Идентификация

в) Классификация

г) Прогнозирование

Ответ: Идентификация

56. Какой термин обозначает группу рисков, связанных с ошибками в планировании или координации?

а) Финансовые

б) Организационные

в) Технические

г) Природные

Ответ: Организационные

57. Для минимизации _____ рисков важно проводить мероприятия в помещениях с надежной техникой.

а) Технические

б) Организационных

в) Финансовых

г) Природных

Ответ: Технические

58. PEST-анализ помогает выявить _____, такие как изменения в законодательстве или экономике.

а) Внешние факторы

б) Внутренние факторы

в) Риски

г) Угрозы

Ответ: Внешние факторы

59. Сопоставьте виды рисков с их характеристиками:

а) Финансовые — 1) Связаны с потерей доходов или перерасходом средств

б) Организационные — 2) Связаны с ошибками в планировании или управлении

в) Технические — 3) Связаны с отказом оборудования или технологий

г) Природные — 4) Связаны с погодными условиями

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

60. Сопоставьте методы выявления рисков с их особенностями:

а) SWOT-анализ — 1) Оценка сильных и слабых сторон мероприятия

б) PEST-анализ — 2) Изучение внешних факторов (политика, экономика, социум, технологии)

в) Экспертные оценки — 3) Получение мнений специалистов

г) Анализ конкурентов — 4) Изучение успешных решений других мероприятий

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

61. Какой метод анализа рисков помогает определить вероятность и последствия потенциальных угроз?

- а) Количественный анализ
- б) Качественный анализ
- в) SWOT-анализ
- г) PEST-анализ

Ответ: б)

62. Какой инструмент анализа рисков использует цветовую кодировку для ранжирования рисков?

- а) Дерево решений
- б) Матрица рисков
- в) Финансовая модель
- г) Бюджетирование

Ответ: б)

63. Что является основным критерием при количественном анализе рисков?

- а) Вероятность
- б) Последствия
- в) Потенциальные убытки
- г) Частота возникновения

Ответ: в)

64. Какой инструмент помогает выбрать оптимальное решение на основе анализа возможных вариантов?

- а) Матрица рисков
- б) Дерево решений
- в) SWOT-анализ
- г) Экспертные оценки

Ответ: б)

65. Как называется процесс оценки влияния рисков на успешность мероприятия?

- а) Прогнозирование
- б) Идентификация
- в) Анализ рисков
- г) Управление рисками

Ответ: в)

66. Какой метод анализа рисков учитывает как вероятность, так и масштаб последствий?

- а) Количественный анализ
- б) Качественный анализ
- в) Статистический анализ
- г) Экспертные оценки

Ответ: б)

67. Как называется инструмент анализа рисков, который помогает визуализировать взаимосвязь между решениями и их последствиями?

- а) Матрица
- б) Дерево
- в) Модель
- г) График

Ответ: Дерево

68. Матрица рисков помогает организаторам мероприятия определить _____ и _____ каждого риска.

- а) Вероятность и последствия
- б) Причины и решения
- в) Убытки и затраты
- г) Цели и задачи

Ответ: Вероятность и последствия

69. Для минимизации рисков важно разработать план _____, учитывающий все потенциальные угрозы.

- а) Бюджетирования
- б) Управления
- в) Маркетинга
- г) Прогнозирования

Ответ: Управления

70. Сопоставьте методы анализа рисков с их характеристиками:

- а) Качественный анализ — 1) Оценивает вероятность и последствия рисков
- б) Количественный анализ — 2) Рассчитывает потенциальные убытки
- в) Матрица рисков — 3) Визуализирует риски с помощью цветовой кодировки
- г) Дерево решений — 4) Анализирует возможные варианты действий

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

71. Сопоставьте этапы анализа рисков с их описанием:

- а) Идентификация — 1) Выявление потенциальных угроз
- б) Оценка — 2) Определение вероятности и последствий
- в) Анализ — 3) Расчет потенциальных убытков
- г) Управление — 4) Разработка стратегий минимизации рисков

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

72. Какой метод управления рисками предполагает отказ от действий, которые могут привести к риску?

- а) Снижение
- б) Избежание
- в) Передача
- г) Принятие

Ответ: б)

73. Какой инструмент минимизации финансовых потерь связан с передачей рисков страховой компании?

- а) Краудфандинг
- б) Страхование
- в) Резервный фонд
- г) Государственная поддержка

Ответ: б)

74. Как называется метод управления рисками, при котором команда принимает риск и готовится к его последствиям?

- а) Избежание
- б) Передача

в) Принятие

г) Снижение

Ответ: в)

75. Что является основной целью разработки плана действий в случае возникновения рискованных ситуаций?

а) Минимизация убытков

б) Увеличение доходов

в) Привлечение спонсоров

г) Повышение узнаваемости мероприятия

Ответ: а)

76. Какая роль команды проекта наиболее важна в управлении рисками?

а) Координация действий

б) Привлечение инвестиций

в) Маркетинговая поддержка

г) Организация логистики

Ответ: а)

77. Какой метод управления рисками предполагает использование защитных механизмов для снижения вероятности или последствий риска?

а) Избежание

б) Передача

в) Снижение

г) Принятие

Ответ: в)

78. Как называется процесс передачи рисков третьим лицам, например, страховой компании?

а) Передача

б) Принятие

в) Страхование

г) Избежание

Ответ: Передача

79. Какой термин обозначает готовность команды принять риск и действовать в рамках его возможных последствий?

а) Принятие

б) Снижение

в) Передача

г) Избежание

Ответ: Принятие

80. Для минимизации рисков важно разработать _____ действий на случай непредвиденных ситуаций.

а) Бюджет

б) План

в) Стратегию

г) Анализ

Ответ: План

81. Страхование помогает организаторам минимизировать _____, связанные с форс-мажорными ситуациями.

- а) Затраты
- б) Убытки
- в) Риски
- г) Расходы

Ответ: Убытки

82. Сопоставьте методы управления рисками с их описанием:

- а) Избежание — 1) Отказ от действий, связанных с риском
- б) Снижение — 2) Использование защитных механизмов
- в) Передача — 3) Передача рисков третьим лицам
- г) Принятие — 4) Готовность к последствиям риска

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

83. Сопоставьте роли команды проекта с их функциями в управлении рисками:

- а) Координация действий — 1) Обеспечение выполнения плана
- б) Анализ рисков — 2) Выявление и оценка потенциальных угроз
- в) Разработка стратегий — 3) Создание плана минимизации рисков
- г) Контроль исполнения — 4) Мониторинг выполнения мероприятий

Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

84. Какой этап мониторинга рисков предшествует наблюдению за их развитием?

- а) Корректировка
- б) Планирование
- в) Анализ
- г) Реагирование

Ответ: б)

85. Какой инструмент контроля рисков помогает фиксировать текущие проблемы в режиме реального времени?

- а) Регулярные отчеты
- б) Проверочные листы
- в) Системы раннего оповещения
- г) Анализ эффективности

Ответ: а)

86. Как называется этап мониторинга, на котором вносятся изменения в план управления рисками?

- а) Наблюдение
- б) Корректировка
- в) Планирование
- г) Реагирование

Ответ: б)

87. Какой инструмент контроля используется для проверки выполнения плановых действий?

- а) Регулярные отчеты
- б) Проверочные листы

в) Системы раннего оповещения

г) Финансовый анализ

Ответ: б)

88. Что является основной целью адаптации к изменениям в процессе реализации мероприятия?

а) Минимизация убытков

б) Оперативное реагирование на новые риски

в) Повышение узнаваемости мероприятия

г) Привлечение спонсоров

Ответ: б)

89. Какой метод оценки помогает определить, насколько эффективны выбранные стратегии управления рисками?

а) SWOT-анализ

б) Анализ эффективности

в) Количественный анализ

г) Качественный анализ

Ответ: б)

90. Как называется процесс постоянного наблюдения за рисками в ходе реализации мероприятия?

а) Мониторинг

б) Планирование

в) Корректировка

г) Реагирование

Ответ: Мониторинг

91. Какой термин обозначает системы, которые сигнализируют о возникновении новых рисков?

а) Отчеты

б) Оповещения

в) Адаптация

г) Контроль

Ответ: Оповещения

92. Для успешного мониторинга рисков важно использовать _____ и _____, чтобы своевременно выявлять угрозы.

а) Отчеты и проверочные листы

б) Анализ и прогнозирование

в) Системы раннего оповещения и корректировку

г) Планирование и адаптацию

Ответ: Отчеты и проверочные листы

93. Адаптация к изменениям позволяет организаторам оперативно _____ на новые риски.

а) Реагировать

б) Планировать

в) Анализировать

г) Управлять

Ответ: Реагировать

94. Сопоставьте этапы мониторинга рисков с их характеристиками:
- а) Планирование — 1) Разработка системы наблюдения за рисками
 - б) Наблюдение — 2) Постоянный контроль за развитием рисков
 - в) Корректировка — 3) Внесение изменений в план управления рисками
 - г) Реагирование — 4) Оперативное решение возникающих проблем
- Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

95. Сопоставьте инструменты контроля с их функциями:
- а) Регулярные отчеты — 1) Фиксация текущих проблем
 - б) Проверочные листы — 2) Контроль выполнения плановых действий
 - в) Системы раннего оповещения — 3) Сигнализация о новых рисках
 - г) Анализ эффективности — 4) Оценка результативности стратегий
- Ответ: а-1, б-2, в-3, г-4

Вопросы к зачету

1. Определение целей и задач бизнес-плана.
2. Структура бизнес-плана: резюме, анализ рынка, маркетинговый план, операционный план, финансовый план.
3. Методы прогнозирования доходов и расходов.
4. Особенности бизнес-планирования для различных типов мероприятий (корпоративные, массовые, культурные события).
5. Этапы разработки маркетингового плана как части бизнес-плана.
6. Методы анализа целевой аудитории, выбор каналов коммуникации и стратегий продвижения.
7. Прогнозирование эффективности маркетинговых активностей.
8. Принципы построения финансовой модели мероприятия.
9. Анализ ключевых показателей эффективности (KPI): рентабельность, окупаемость, ROI.
10. Учет сезонности и рыночных факторов при разработке финансовой модели.
11. Прогнозирование рисков и их влияние на финансовую устойчивость проекта.
12. Подходы к оценке эффективности управления в событийной индустрии.
13. Показатели эффективности: количественные показатели (число участников, объем продаж, охват аудитории).
14. Качественные показатели (уровень удовлетворенности участников, отзывы, PR-эффект).
15. Финансовые показатели (рентабельность, возврат инвестиций).
16. Определение понятия «риск» в контексте событийной индустрии.
17. Классификация рисков: финансовые, организационные, технические, правовые, природные.
18. Методы выявления рисков: SWOT-анализ, PEST-анализ, экспертные оценки.
19. Особенности рисков для различных типов мероприятий.
20. Качественный анализ рисков: вероятность и последствия.
21. Количественный анализ рисков: методы расчета потенциальных убытков.
22. Инструменты анализа: матрица рисков, дерево решений.
23. Примеры анализа рисков на основе реальных кейсов.
24. Методы управления рисками: избегание, снижение, передача, принятие.
25. Страхование как инструмент минимизации финансовых потерь.
26. План действий в случае возникновения рисковых ситуаций.
27. Роль команды проекта в управлении рисками.
28. Этапы мониторинга рисков: планирование, наблюдение, корректировка.

29. Инструменты контроля: регулярные отчеты, проверочные листы, системы раннего оповещения.

30. Адаптация к изменениям: оперативное реагирование на новые риски.

31. Оценка эффективности выбранных стратегий управления рисками.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1 ЭТАП – ЗНАТЬ:

Критерии оценивания ответов на вопросы дискуссии и на обсуждении в группе

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«отлично»	В содержании ответа развернуто сформулирована проблема, дано полное содержание ответа (понятия, определения, анализ) и аргументация излагаемого материала.
«хорошо»	В содержании ответа отражена формулировка проблемы, названы основные понятия и определения, краткий анализ и аргументация излагаемого материала.
«удовлетворительно»	В содержании ответа допущены практические и теоретические ошибки. Ответ раскрывает основную суть части вопросов, ответ не содержит аргументации излагаемого материала.
«неудовлетворительно»	В содержании ответа допущены практические и теоретические ошибки в большинстве случаев. В содержании ответа не представлены аргументы излагаемого материала. Ответ не раскрывает основную суть вопроса.

Правила проведения дискуссии и обсуждения в группе

1. Подготовьте вопросы заранее, чтобы направлять обсуждение.
2. Определите регламент выступления участников.
3. Слушайте друг друга внимательно, не перебивая.
4. Аргументируйте свою позицию фактами и примерами.
5. Будьте уважительны к мнению оппонентов.
6. Ведущий контролирует ход обсуждения и поддерживает конструктивный диалог.
7. Итоги дискуссии подводятся в конце занятия.

Критерии оценивания выступления с докладом, сообщением по дисциплине

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«зачтено»	Содержание доклада соответствует теме; Правильное использования источников литературы; Соответствие оформления доклада стандартом; Знание изложенного материала (для ответа на устные вопросы); Умение грамотно и аргументировано изложить суть проблемы в тексте и устно; Тезисы и предположения аргументированы, сделаны выводы и умозаключения; В тексте отражено умение анализировать фактический

	материал.
«не зачтено»	Тема раскрыта недостаточно полно; Отсутствует библиографический список; Тезисы и предположения не аргументированы, не сделаны выводы и умозаключения; Ответы на устные вопросы не отражают умение грамотно и аргументировано изложить суть доклада.

2 ЭТАП – УМЕТЬ:

Алгоритм решения открытых задач

Решение открытых задач способствуют формированию аналитического мышления, умению производить расчеты основных технико-экономических показателей, использовать аналитический подход и методы научного познания в экономике. Данный тип задач предполагает поиск решения путем расчета основных технико-экономических показателей, исходя из экономических законов, теоретических положений, концепций и категорий экономической науки.

Критерии оценивания работы с открытыми задачами

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«решение зачтено»	Ответ задачи представляет собой полное, аргументированное решение (обосновано экономическими законами, теоретическими положениями, концепциями и категориями экономической науки). Формулировка решения отражена в письменном виде.
«решение не зачтено»	Ответ задачи представляет собой краткое, не аргументированное решение (нет обоснования экономическими законами, теоретическими положениями, концепциями и категориями экономической науки). Формулировка решения не отражена в письменном виде.

Критерии оценивания кейса

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«зачтено»	Ответ полный, аргументированный, приведено несколько точек зрения, высказана своя позиция по каждому вопросу кейса. Обоснование мнения по вопросу осуществляется на командной основе.
«не зачтено»	Ответ недостаточно полный, односложный мало аргументированный, не приведены ответы на все вопросы кейса. Не все участники команды участвуют в обсуждении и обосновании командных ответов

3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ

Критерии оценивания знаний на зачете

Оценка «Зачтено»

1. Глубокое и прочное усвоение программного материала.

2. Свободное владение понятийным аппаратом, умение использовать его в анализе экономических процессов и явлений;
3. Умение выявлять и объяснять функциональные связи и зависимости;
4. Знание формул, умение выявлять количественные зависимости, осуществление экономико-математические расчетов, построение графиков;
5. Иллюстрация теоретических положений примерами из реалий экономической жизни;
6. Выполнение заданий и самостоятельной работы за семестр;
7. Точность и обоснованность выводов;
8. Точные, полные и логичные ответы на дополнительные вопросы;
9. Умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

Оценка «Не зачтено»

1. Незнание значительной части программного материала;
2. Незнание основных терминов, классификаций;
3. Неумение выявлять количественные зависимости, незнание формул, неумение строить графики;
4. Неумение решать задачи по экономическим расчетам;
5. Неумение выделить главное, сделать выводы и обобщения;
6. Грубые ошибки при выполнении практического задания и самостоятельной работы;
7. Неправильные ответы на дополнительные вопросы.

Тест для самоконтроля (примерные вопросы итогового тестирования)

Критерии оценивания теста

Полная вервия тестовых вопросов содержится в электронно-информационной системе вуза. Студенты проходят тестирование компьютерном классе Оценка успешности прохождения теста определяется следующей сеткой: от 0% до 49% – «неудовлетворительно», от 50% до 69% – «удовлетворительно»; 70%-89% – «хорошо»; 90% -100% – «отлично».