

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.07.2026 10:34:21
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c5ce/bb8a25c0babb55e0e58

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

Кафедра гостеприимства и международных бизнес-коммуникаций

**КОМПЛЕКТ
ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ
СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.В.08 ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ КОНГРЕССНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): Продюсирование и маркетинг мероприятий

Квалификация выпускника: Бакалавр

Процесс изучения дисциплины «Технологии и организация конгрессной деятельности» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
ПК-1. Способен осуществлять маркетинговый анализ эффективного развития проектов в области торгово-промышленных выставок, сервиса, а также продвижение товаров и услуг в сети Интернет на национальном и международном уровнях	ПК-1.1 Осуществляет мониторинг развития отраслей, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий
	ПК-1.2 Умеет формировать концепцию торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий, выбирать методы и инструменты продвижения продуктов в сети Интернет
	ПК-1.3 Применяет методы анализа маркетинговой информации, организации деловых мероприятий, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий на национальном и международном уровнях
ПК-4. Способен осуществлять координацию плана реализации конгрессного мероприятия	ПК-4.1 Осуществляет контроль выполнения плана реализации конгрессного мероприятия, выполнения работ в соответствии с заключенными договорами и соглашениями
	ПК-4.2 Формирует команду реализации конгрессного мероприятия, распределяет задачи и обязанности участников команды в условиях проведения конгрессного мероприятия
	ПК-4.3 Владеет навыками урегулирования споров и разногласий, возникающих в ходе выполнения работ по заключенным договорам и соглашениям, а также методами решения конфликтных ситуаций, возникающими в ходе проведения конгрессного мероприятия
ПК-6. Способен осуществлять операционную деятельность по оказанию конгрессно-выставочных и событийных услуг	ПК-6.1 Определяет технологии планирования, подготовки и организации конгрессно-выставочного мероприятия, порядок и особенности взаимодействия различных субъектов рынка конгрессно-выставочных услуг
	ПК-6.2 Проводит консультирование участников конгрессно-выставочных мероприятий по вопросам оптимальной организации их участия
	ПК-6.3 Проводит протокольные мероприятия на проекте; осуществляет коммуникацию с разными типами клиентов, определяет запросы потенциального клиента, работает с возражениями и разногласиями

Компетенция: ПК-1. Способен осуществлять маркетинговый анализ эффективного развития проектов в области торгово-промышленных выставок, сервиса, а также продвижение товаров и услуг в сети Интернет на национальном и международном уровнях

ПК-1.1. Осуществляет мониторинг развития отраслей, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий

5 семестр

1. Какая тенденция наиболее характерна для российского рынка конгрессной деятельности в последние 5 лет?

- а) Сокращение количества деловых мероприятий в Москве при росте в регионах
- б) Полный переход всех конгресс-мероприятий в онлайн-формат
- в) Рост спроса на гибридные форматы и усиление роли региональных конгресс-бюро**
- г) Отказ от международного участия во всех отраслевых форумах

2. Верно ли утверждение: «В России основным источником статистики по конгрессной деятельности является единый государственный реестр MICE-объектов, обязательный для всех отелей»?

Ответ: Неверно

3. Назовите две ключевые проблемы развития конгрессной деятельности в России, связанные с инфраструктурой

Ответ: дефицит профессиональных PCO в регионах, устаревшая инфраструктура конгресс-холлов

4 (на соответствие). Установите соответствие между страной и специализацией конгрессной деятельности:

Страна	Специализация
1. Германия	А. Медицинские и научные конгрессы
2. ОАЭ (Дубай)	Б. Индустриальные и технические выставки-конгрессы
3. Сингапур	В. Роскошные инсентив-туры и бизнес-форумы с элементами люкс

Ответ: 1-Б, 2-В, 3-А

5. Какой международный рейтинг считается наиболее авторитетным для оценки конгрессной активности городов?

- а) ICCA (International Congress and Convention Association)**
- б) WTO (World Tourism Organization)
- в) FIATA (International Federation of Freight Forwarders)
- г) IATA (International Air Transport Association)

6. Верно ли, что в Европе наблюдается устойчивый тренд на экологизацию конгрессной деятельности (Green Meetings)?

6 семестр

7. Что НЕ входит в структуру рынка конгрессных услуг как сектора MICE?

- а) Конгресс-бюро
- б) PCO (Professional Congress Organizer)**

в) Услуги городского пассажирского транспорта общего пользования

г) Конгресс-отели и выставочные центры

8. Перечислите не менее трех основных сегментов спроса на конгрессные услуги (типы организаторов/клиентов).

Ответ: корпоративные клиенты, профессиональные ассоциации, государственные структуры, РСО

7 семестр

9. Какая из перечисленных тенденций в развитии деловых мероприятий в последние годы наиболее (значима) с точки зрения мониторинга отрасли?

- а) Полный отказ от очных форматов в пользу видеозвонков
- б) Рост числа гибридных мероприятий, совмещающих офлайн-участие с онлайн-трансляциями
- в) Запрет на проведение любых выставок на государственных площадках
- г) Сокращение продолжительности всех конгрессов до одного часа

10. Верно ли, что выставка может быть составной частью конгрессного мероприятия?

Ответ: Верно

11. Верно ли утверждение: «Мониторинг отрасли при планировании делового мероприятия включает в себя обязательный анализ конкурентных событий, проходящих в те же даты и в том же регионе»?

Ответ: Верно

8 семестр

12. Назовите два источника информации, которые должен мониторить специалист для отслеживания трендов и статистики международной конгрессной деятельности (укажите конкретные организации или рейтинги).

Ответ: Ежегодный рейтинг ICCA (International Congress and Convention Association) Статистика UIA (Union of International Associations)

Отчёты международных конгресс-бюро (например, BestCities, GainingEdge)

13. Установите соответствие между направлением государственного регулирования и примером меры, влияющей на развитие конгрессной отрасли:

Направление регулирования

- 1. Визовая политика
- 2. Санитарно-эпидемиологические нормы
- 3. Лицензирование деятельности

Пример меры

- А. Введение обязательной сертификации конгресс-центров
- Б. Упрощение получения виз для участников международных конгрессов
- В. Требование к наличию системы вентиляции и медицинских пунктов на площадке

Ответ: 1-Б, 2-В, 3-А

ПК-1.2 Умеет формировать концепцию торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий, выбирать методы и инструменты продвижения продуктов в сети Интернет

5 семестр

14. С чего начинается формирование концепции конгрессного мероприятия?

а) С выбора рекламного агентства

б) С определения миссии, целей и целевой аудитории

в) С покупки доменного имени сайта

г) С подписания контракта со спикерами

15. Верно ли, что концепция мероприятия и его программа – это одно и то же?

Ответ: Неверно

6 семестр

16. Соотнесите тип заинтересованной стороны и ее основной инструмент влияния на конгресс:

Сторона	Инструмент
1. Спонсор	А. Предоставление грантов и субсидий
2. Государственный орган	Б. Финансирование в обмен на узнаваемость
3. Профессиональная ассоциация	В. Информационная поддержка и привлечение членов

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

17. Назовите два инструмента продвижения конгрессного мероприятия в сети Интернет, наиболее эффективных для B2B-аудитории

Ответ: email-рассылки по базам профессиональных ассоциаций, таргетированная реклама на B2B-сегмент

7 семестр

18. Что из перечисленного относится к деловым мероприятиям по классификации MICE?

а) Свадебный банкет

б) Детский утренник

в) Конгресс, симпозиум, корпоративная конференция

г) Футбольный матч

19. Верно ли, что выставка может быть составной частью конгрессного мероприятия

Ответ: Верно

8 семестр

20. Какой метод онлайн-продвижения в первую очередь используется для привлечения иностранных участников на конгресс?

а) СМС-рассылка по случайным номерам

б) Профессиональные международные платформы (ассоциативные email-рассылки, таргетинг на международных конференциях)

в) Реклама в городских автобусах РФ

г) Звонки на городские номера жилых домов

21. Назовите один из ключевых государственных регуляторов или программ поддержки конгрессно-выставочной деятельности в России.

Ответ: Минэкономразвития РФ, АО «Российский экспортный центр», национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»

ПК-1.3. Применяет методы анализа маркетинговой информации, организации деловых мероприятий, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий на национальном и международном уровнях

7 семестр

22. Какой метод анализа маркетинговой информации позволяет оценить удовлетворенность участников конгресса?

а) Анализ курса валют

б) Анкетирование (опросы NPS, CSI) и анализ обратной связи

в) Подсчет количества страниц в программе

г) Замер температуры в зале

23. Соотнесите этап организации мероприятия и типовую задачу:

Этап	Задача
1. Планирование	А. Координация волонтеров и регистрация на месте
2. Проведение	Б. Выбор даты, места, формирование бюджета
3. Пост-мероприятие	В. Подготовка отчета и пост-релиза

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

24. Верно ли, что при организации международного конгресса анализ визовых требований для участников относится к маркетинговой информации, которую необходимо проанализировать заранее?

Ответ: Верно

8 семестр

24. Какая организация разрабатывает стандарты для профессиональных организаторов конгрессов (PCO) и проводит их сертификацию?

а) FIFA

б) IAPCO

в) WTO

г) WHO

25. Назовите три ключевых фактора, которые нужно проанализировать при выборе места проведения международного конгресса (с позиции маркетинга).

Ответ: Транспортная доступность (визы, перелеты), наличие конгресс-инфраструктуры, политическая и экономическая стабильность

26. Верно ли, что культурная программа для сопровождающих лиц является обязательным требованием ICCA для всех международных конгрессов?

Ответ: Неверно.

27. Установите соответствие между показателем результативности и его содержанием:

Показатель	Содержание
1. ROI	А. Готовность рекомендовать мероприятие коллегам
2. NPS	Б. Отношение прибыли к затратам на мероприятие
3. Коэффициент возврата участников	В. Доля участников, пришедших на следующее мероприятие

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

28 Какой метод позволяет оценить влияние конгресса на экономику региона (мультипликативный эффект)?

а) Подсчет количества раздаточных материалов

б) Анализ расходов участников на транспорт, проживание и питание с применением коэффициентов мультипликатора

в) Опрос спонсоров об их впечатлениях

г) Измерение громкости аплодисментов

Компетенция: ПК-4. Способен осуществлять координацию плана реализации конгрессного мероприятия

ПК-4.1 Осуществляет контроль выполнения плана реализации конгрессного мероприятия, выполнения работ в соответствии с заключенными договорами и соглашениями

5 семестр

29. При контроле выполнения плана конгрессного мероприятия в России руководитель обнаружил, что подрядчик (кейтеринговая компания) не предоставил вовремя меню на согласование. Какое действие должно быть первым в соответствии с договором?

а) Расторгнуть договор в одностороннем порядке

б) Направить письменное уведомление о нарушении сроков с фиксацией в чек-листе контроля

в) Пригласить другого подрядчика без уведомления

г) Уменьшить бюджет мероприятия на сумму штрафа без акта

30. Верно ли, что при контроле выполнения договора с зарубежным вендором (поставщиком оборудования) российский организатор может руководствоваться только российским правом без учёта оговорки в контракте о применимом праве?

Ответ: Неверно

6 семестр

31. Установите соответствие между типом контрагента на рынке конгрессных услуг и типовым предметом договора, который контролирует:

Контрагент	Предмет договора
1. PCO	А. Аренда зала и техподдержка
2. Venue (площадка)	Б. Комплексное организационное сопровождение (регистрация, программа, логистика)
3. Транспортная компания	В. Трансфер участников и VIP-перевозки

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

32. Что из перечисленного является обязательным элементом контроля выполнения договора при проведении делового мероприятия (гибридный формат)?

- а) Проверка скорости интернета и работоспособности платформы трансляции по акту**
- б) Оценка вкусовых качеств кофе-брейка
- в) Контроль цвета бейджей участников
- г) Проверка музыкального вкуса ведущего

7 семестр

33. Назовите не менее трёх документов, которые должен проверить и подписать руководитель проекта при приёмке работ от подрядчика по окончании конгресса.

Ответ: Акт выполненных работ, счёт-фактура, отчёт подрядчика, чек-лист приёмки, протокол устранения замечаний

34. Верно ли, что контроль выполнения плана реализации конгрессного мероприятия включает только проверку соблюдения сроков, но не качества оказанных услуг?

Ответ: Неверно.

8 семестр

35. Какой государственный орган в РФ может осуществлять контроль за соблюдением требований пожарной безопасности при проведении конгрессного мероприятия, и это должно быть отражено в договоре с площадкой?

- а) Роспотребнадзор
- б) МЧС (Госпожнадзор)**
- в) Минкульт
- г) Роспатент

36. Соотнесите вид контроля и его содержание при приёмке работ по договору:

Вид контроля	Содержание
1. Входной контроль	А. Проверка соответствия оказанной услуги техническому заданию после завершения
2. Текущий контроль	Б. Проверка подрядчика и документов до начала работ
3. Итоговый контроль	В. Ежедневные чек-листы и оперативные совещания в ходе мероприятия

Ответ: 1-Б, 2-В, 3-А

ПК-4.2 Формирует команду реализации конгрессного мероприятия, распределяет задачи и обязанности участников команды в условиях проведения конгрессного мероприятия

5 семестр

37. Какой инструмент наиболее эффективен для распределения задач внутри команды конгрессного мероприятия?

- а) Устные указания в коридоре
- б) Матрица ответственности (RACI-матрица) с указанием ролей Responsible,**

Accountable, Consulted, Informed

- в) Общая групповая рассылка без конкретных исполнителей
- г) Гадание на картах

38. Верно ли, что при формировании команды конгрессного мероприятия все роли должны быть распределены не позднее чем за день до открытия?

Ответ: Неверно

6 семестр

39. Установите соответствие между членом команды мероприятия и его типовой обязанностью:

Член команды

1. Руководитель проекта
2. Технический продюсер
3. Волонтер на стойке регистрации

Обязанность

- А. Регистрация участников on-site и выдача бейджей
- Б. Формирование структуры команды, назначение ответственных за договоры
- В. Контроль звука, света и трансляции

Ответ: 1-Б, 2-В, 3-А

40. Назовите два критерия, которые следует учитывать при распределении задач в команде конгрессного мероприятия (помимо должностных обязанностей).

Ответ: Компетенции и опыт сотрудника, загруженность в другие дни, стрессоустойчивость, знание языка (для международного мероприятия)

7 семестр

41. Для мероприятия типа «конгресс с параллельными секциями» (600 участников) какую структуру команды предпочтительнее использовать?

- а) Функциональную (отделы: логистика, программа, маркетинг)
- б) Матричную с выделением продюсеров на каждую секцию**
- в) Только одного координатора на всё
- г) Полную аутсорсинг сторонней компании без контроля

42. Верно ли, что при формировании команды международного конгресса обязательно включение специалиста по визовой поддержке, даже если все участники из стран с безвизовым режимом?

Ответ: Неверно

8 семестр

43. Соотнесите тип задачи и ответственного в команде пост-мероприятия (оценка результативности):

Задача

1. Сбор и анализ NPS
2. Архивирование видеозаписей сессий
3. Подготовка пост-релиза для СМИ

Ответственный

- А. Технический директор
- Б. PR-менеджер
- В. Аналитик / руководитель отдела маркетинга

Ответ: 1-В, 2-А, 3-Б

44. Перечислите три роли, которые обязательно должны быть в команде при проведении гибридного конгресса (офлайн + онлайн).

Ответ: Координатор онлайн-платформы, технический продюсер трансляции, модератор чатов, специалист по синхронизации офлайн/онлайн

ПК-4.3 Владеет навыками урегулирования споров и разногласий, возникающих в ходе выполнения работ по заключенным договорам и соглашениям, а также методами решения конфликтных ситуаций, возникающими в ходе проведения конгрессного мероприятия

5 семестр

45. При возникновении спора с зарубежным поставщиком услуг синхронного перевода, в контракте указана арбитражная оговорка о рассмотрении споров в Лондонском международном арбитражном суде. Что должен предпринять организатор в первую очередь?

а) Немедленно расторгнуть договор устно

б) Зафиксировать нарушение в претензионном порядке согласно процедуре, указанной в контракте

в) Обратиться в российский суд общей юрисдикции

г) Прекратить мероприятие

46. Верно ли, что для урегулирования конфликта на площадке (ссора двух участников) организатор должен немедленно вызвать полицию, не пытаясь разрешить ситуацию силами службы безопасности мероприятия?

Ответ: Неверно

6 семестр

47. При организации конгрессного мероприятия между организатором (PCO) и конгресс-центром (venue) возник спор: площадка требует дополнительную оплату за сверхурочное использование зала, хотя в договоре указана фиксированная стоимость аренды «до 20:00». Мероприятие закончилось в 20:45 из-за задержки выступления ключевого спикера. Каков наиболее правильный алгоритм действий организатора с точки зрения урегулирования спора?

а) Немедленно оплатить выставленный счёт, чтобы избежать конфликта, без проверки документов

б) Отказаться от оплаты, ссылаясь на устную договорённость с менеджером площадки, и покинуть здание

в) Обратиться к тексту договора: проверить, есть ли в нём пункт о сверхурочных часах и порядке их фиксации (акт, уведомление). При отсутствии согласованного сверхурочного времени – предложить сторонам подписать дополнительное соглашение со скидкой, ссылаясь на форс-мажор (задержка спикера)

г) Расторгнуть договор в одностороннем порядке и подать в суд на площадку на следующий день

48. Во время проведения конгресса вспыхнул конфликт между двумя заинтересованными сторонами: генеральным спонсором и серебряным спонсором. Генеральный спонсор требует, чтобы серебряный спонсор убрал свой баннер со входа в главный зал, ссылаясь на эксклюзивные права. В договоре с генеральным спонсором указано «эксклюзивное

размещение на входной зоне», а в договоре с серебряным – «размещение в холле у входа». Какой метод разрешения конфликта является наиболее профессиональным?

- а) Убрать баннер серебряного спонсора без предупреждения, чтобы угодить генеральному
- б) Отказать генеральному спонсору, так как его договор подписан позже
- в) Передать решение конфликта в суд, не прерывая мероприятие
- г) **Провести медиацию: предложить генеральному спонсору компенсацию в виде дополнительного упоминания со сцены, а серебряному – перенос баннера в другое видное место (например, в зону кофе-брейка), зафиксировав изменения в дополнительных соглашениях на месте**

49. В ходе проведения конгресса возникло разногласие с подрядчиком кейтеринга: он не выставил вовремя напитки на кофе-брейк для VIP-зоны, ссылаясь на то, что в его договоре «VIP-зона» не была описана конкретно. Организатор утверждает, что это было в устной переписке. Какое действие best practice для урегулирования ситуации без срыва мероприятия?

- а) Устроить публичный скандал на площадке, требуя немедленной подачи напитков
- б) Отказаться от оплаты всего кейтеринга
- в) **Зафиксировать факт нарушения (фото/видео, акт свидетелей), обеспечить напитки силами волонтеров из резервного бюджета, а после мероприятия провести претензионную работу на основании письменных доказательств и условий договора**
- г) Пригласить полицию для задержания шеф-повара

7 семестр

50. Соотнесите тип конфликтной ситуации и метод её решения:

Ситуация	Метод
1. Спикер не прилетел из-за отмены рейса за 2 часа до выступления	А. Медиация с привлечением третьей стороны (представителя площадки)
2. Конфликт между подрядчиком кейтеринга и службой безопасности по поводу проезда на погрузку	Б. Активация плана Б: выход на связь с удалённым спикером или замена на модератора панели
3. Спонсор требует убрать логотип другого спонсора с бейджей	В. Переговоры по условиям договора и поиск компромисса (размещение логотипов на разных носителях)

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

51. Назовите два метода разрешения конфликта в команде конгрессного мероприятия, возникающего из-за несоблюдения сроков смежными отделами.

Ответ: Фасилитация совещания с пересмотром графика, метод принудительного согласования через руководителя проекта, метод компромисса (обмен ресурсами)

8 семестр

52.. Какой документ является обязательным для включения в договор с площадкой, чтобы минимизировать споры о форс-мажоре при отмене мероприятия по распоряжению государственных органов?

- а) Акционерное соглашение
- б) **Форс-мажорная оговорка со ссылкой на обстоятельства непреодолимой силы**

- в) Договор публичной оферты
- г) Меморандум о конфиденциальности

53. Верно ли, что при возникновении спора с иностранным участником по поводу неоказания услуги (не заселили в заявленный отель) организатор может руководствоваться только устной договорённостью, если письменный договор не был подписан?

Ответ: Неверно.

54. Установите соответствие между пост-мероприятийной ситуацией и действием по урегулированию разногласий:

Ситуация	Действие
1. Подрядчик выставил счёт на 20% больше согласованной сметы	А. Проведение претензионной работы с вызовом на сверку актов
2. Участник требует возврат билета после начала конгресса	Б. Отказ на основании правил регистрации и публичной оферты
3. Площадка утверждает, что уборка не входила в договор	В. Предъявление подписанного обеими сторонами технического задания

Ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

55. Назовите два метода альтернативного урегулирования споров (ADR), которые можно использовать при разногласиях с подрядчиком конгрессного мероприятия без обращения в суд.

Ответ: медиация (с участием независимого посредника), арбитраж (третейский суд), переговоры без участия суда

Компетенция: ПК-6. Способен осуществлять операционную деятельность по оказанию конгрессно-выставочных и событийных услуг

ПК-6.1 Определяет технологии планирования, подготовки и организации конгрессно-выставочного мероприятия, порядок и особенности взаимодействия различных субъектов рынка конгрессно-выставочных услуг

5 семестр

56. Какая технология планирования конгрессного мероприятия в России в настоящее время признана наиболее эффективной с учётом современных тенденций?

- а) Полностью линейное планирование без резервных дней
- б) Гибридное планирование с использованием Agile-методологий и цифровых платформ управления проектами (Planfix)**
- в) Планирование только силами одного координатора без подрядчиков
- г) Отказ от чек-листов и регламентов

57. Верно ли утверждение, что за рубежом стандартной технологией взаимодействия субъектов рынка (PCO, DMC, venue) является использование единой цифровой экосистемы с API-интеграцией всех участников?

Ответ: Верно

58. Установите соответствие между этапом планирования конгрессного мероприятия и типовой технологией его реализации:

Этап планирования	Технология
1. Формирование программы	А. Использование систем управления контентом (Call for Papers, рецензирование)
2. Регистрация участников	Б. CRM-система с модулем онлайн-оплат и генерации бейджей
3. Логистика трансферов	В. Маршрутизация через GPS-трекинг и интеграция с таксопарками

Ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

6 семестр

59. Кто является ключевым субъектом рынка, обеспечивающим координацию между организатором, площадкой, спонсорами и подрядчиками в рамках единой технологии проведения?

- а) Туристическое агентство
- б) PCO (Professional Congress Organizer)**
- в) Банк-эквайер
- г) Полиграфическая компания

60. Какая технология взаимодействия между основными субъектами рынка конгрессных услуг (PCO, venue, DMC, технические подрядчики) позволяет наиболее эффективно синхронизировать все этапы подготовки крупного международного конгресса с параллельными потоками?

- а) Использование единой цифровой платформы управления проектом (например, событийный CRM-модуль) с общим календарём, доступом к чек-листам и зонами ответственности по модели RACI**
- б) Передача всей информации только через электронную почту без единой системы
- в) Устные согласования на еженедельных встречах без письменной фиксации
- г) Работа каждого субъекта исключительно по своему внутреннему плану без обмена данными с другими

61. При взаимодействии с заинтересованными сторонами на этапе подготовки конгрессного мероприятия возникла ситуация: генеральный спонсор требует изменить расписание пленарной сессии, перенеся выступление своего топ-менеджера на самое лучшее время, но это время уже закреплено за приглашённым иностранным спикером. Какая технология разрешения данного конфликта соответствует принципам эффективной организации взаимодействия?

- а) Немедленно удовлетворить требование спонсора, отменив выступление иностранного спикера
- б) Оставить всё как есть, отказав спонсору без объяснений
- в) Провести переговоры с обеими сторонами, предложив спонсору альтернативное видное время (например, сразу после открытия или в первый день перед обедом) с дополнительным усилением PR-поддержки его выступления, а иностранному спикеру — сохранить его слот. Зафиксировать решение в протоколе согласования изменений**
- г) Передать решение конфликта на рассмотрение суда

7 семестр

62. Назовите не менее трёх отличий технологии организации конгресса от технологии организации корпоративного тренинга (с точки зрения взаимодействия субъектов рынка).

Ответ: Конгресс требует работы с программным комитетом и сабмишеном тезисов, больше стейкхолдеров (спонсоры, ассоциации), обязательна система синхронного перевода, пост-релиз для СМИ

63. Верно ли, что технология планирования делового мероприятия обязательно включает этап пост-мероприятийного анализа (отчётность перед стейкхолдерами)?

Ответ: Верно

8 семестр

64. Какой государственный стандарт (ГОСТ) в РФ регламентирует требования к организации конгрессно-выставочных услуг и взаимодействию субъектов рынка?

а) ГОСТ Р 53522-2009 «Туристские услуги. Общие требования»

б) ГОСТ Р 54601-2011 «Конгрессно-выставочные услуги. Термины и определения»

в) ГОСТ 7.32-2017 «Отчёт о НИР»

г) ГОСТ 31985-2013 «Услуги средств размещения»

65. Соотнесите субъект рынка и его зону ответственности при технологической организации мероприятия:

Субъект	Зона ответственности
1. Площадка (venue)	А. Привлечение делегатов и регистрация
2. PCO	Б. Техническая инфраструктура: свет, звук, интернет
3. DMC (Destination Management Company)	В. Трансферы, экскурсии, размещение гостей

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

ПК-6.2 Проводит консультирование участников конгрессно-выставочных мероприятий по вопросам оптимальной организации их участия

5 семестр

66. Участник спрашивает консультанта: «Как мне оптимально совместить участие в пленарных заседаниях и посещение выставки, если они идут параллельно?» Какой ответ наиболее профессиональный?

а) «Выбирайте что-то одно, всё успеть невозможно»

б) «Ознакомьтесь с программой заранее, отметьте ключевые доклады, а выставку посетите во время кофе-брейков и в последний день, когда поток снижается»

в) «Пропустите всё и оставайтесь в отеле»

г) «Придите за час до открытия и уйдите после первого доклада»

67. Верно ли, что при консультировании иностранного участника о трансфере из аэропорта оптимальным является совет пользоваться только такси без указания конкретных компаний?

Ответ: Неверно

68. Соотнесите тип запроса участника и оптимальный инструмент/совет:

Запрос участника	Совет
1. «Хочу сэкономить на проживании»	А. Скачать мобильное приложение конгресса для навигации
2. «Боюсь потеряться на площадке»	Б. Забронировать койко-место в хостеле или отель за 30 мин транспортом
3. «Нужно встретить делового партнёра в аэропорту»	В. Воспользоваться официальным трансфером организатора
Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В	

6 семестр

69. Участник конгресса спрашивает вас как консультанта: «На рынке конгрессных услуг много компаний: PCO, DMC, venue, технические подрядчики. К кому мне обращаться, если у меня проблема с размещением в гостинице, которую я бронировал через сайт конгресса?» Ваш оптимальный ответ с учётом структуры рынка:

а) «Обратитесь напрямую в администрацию гостиницы, это не наша проблема»

б) «Свяжитесь с DMC (Destination Management Company), которая является официальным поставщиком услуг размещения по нашему конгрессу. Их контакты есть в мобильном приложении. Если не поможет – напишите в службу поддержки PCO»

в) «Позвоните техническому подрядчику по звуку, он всё решит»

г) «Подайте жалобу в Министерство культуры»

70. Установите соответствие между типовым запросом участника и оптимальным советом консультанта. Напротив каждой позиции укажите букву правильного совета.

Запрос участника	Варианты советов
1. «Я хочу встретиться с представителями спонсоров, но стесняюсь подходить»	А. «Приходите на официальный вечерний приём – там неформальная обстановка, а на стойках спонсоров работают специальные люди для общения»
2. «Мне нужно задать вопрос докладчику, но в зале огромная очередь к микрофону»	Б. «Напишите вопрос в чат мобильного приложения. Модератор зачитает его в сессии Q&A»
3. «Как получить презентации спикеров, если я пропустил сессию?»	В. «После конгресса они будут доступны в личном кабинете участника в течение 14 дней. Мы пришлём уведомление по email»

Ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

7 семестр

71. Назовите два аргумента, которые вы приведёте участнику, сомневающемуся в ценности посещения делового мероприятия (конгресса) в офлайн-формате по сравнению с онлайн.

Ответ: Живое общение и нетворкинг не заменяет онлайн, возможность задать вопросы лично, атмосфера и случайные встречи, выездные мероприятия

72. Участник спрашивает: «Когда лучше приехать на регистрацию, чтобы избежать очереди?» Ваш оптимальный совет:

а) Точно к открытию регистрации в 8:00

- б) В 13:00, когда все уже ушли на обед
- в) За 30–40 минут до начала первого выступления или во второй день ближе к полудню (спады пиковых нагрузок)**
- г) Накануне поздно вечером

8 семестр

73. Верно ли, что при консультировании международного участника по визе вы должны гарантировать 100% получение визы, чтобы стимулировать раннюю регистрацию?

Ответ: Неверно

74. Какой совет вы дадите участнику, который хочет получить максимум нетворкинга на конгрессе?

- а) «Сидите всё время в одном зале и не отвлекайтесь»
- б) «Участвуйте в кофе-брейках, вечерних приёмах, используйте мобильное приложение для чатов с другими участниками, заранее договаривайтесь о встречах»**
- в) «Уезжайте сразу после пленарного заседания»
- г) «Критикуйте всех спикеров из зала»

75. Перечислите три вопроса, которые нужно задать участнику на этапе консультирования, чтобы определить оптимальную программу его участия.

Ответ: «Какова ваша основная цель: нетворкинг, обучение или поиск клиентов?», «Сколько дней вы можете выделить?», «Какие темы вам наиболее интересны?»

ПК-6.3 Проводит протокольные мероприятия на проекте; осуществляет коммуникацию с разными типами клиентов, определяет запросы потенциального клиента, работает с возражениями и разногласиями

6 семестр

76. При проведении протокольного мероприятия (встреча VIP-гостей) представитель организатора допустил ошибку в рассадке: почётный гость оказался не в центре. Какое действие соответствует протоколу?

- а) Пересадить всех гостей прямо во время приветствия
- б) Проигнорировать, оставить как есть
- в) После мероприятия принести извинения персонально, а на следующий день скорректировать схему рассадки в соответствии с протоколом старшинства**
- г) Попросить гостей поменяться местами самостоятельно

77. Верно ли, что при работе с возражением «Ваше мероприятие слишком дорогое» первым шагом должна быть немедленная скидка без выяснения причин?

Ответ: Неверно.

7 семестр

78. Соотнесите тип возражения (разногласия) клиента и технику его отработки:

Возражение	Техника
1. «У меня нет времени на 3 дня»	А. Метод «Сравнение с альтернативой» (с конкурентами)

Возражение	Техника
2. «У вас программа слабее, чем у конкурентов»	Б. Метод «Деление» – предложить участие только в одном дне
3. «Я не вижу прямой выгоды для бизнеса»	В. Метод «Кейс» — пример ROI прошлого участника из вашей сферы

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

79. Назовите два правила протокола при общении с официальными государственными лицами (например, мэром города) на открытии конгресса.

Ответ: Обращаться по титулу и полному наименованию должности, не перебивать, не предлагать руку первым (если гость выше рангом), соблюдать дистанцию

8 семестр

80. Какая технология коммуникации является правильной при встрече иностранной делегации в аэропорту согласно международному протоколу?

- а) Заранее прислать встречающего с табличкой на английском языке (имя делегации), иметь заранее согласованное место встречи (например, у выхода №5)
- б) Встречать с табличкой на русском языке крупными буквами
- в) Ожидать в зале прилёта, не обозначая себя
- г) Послать водителя такси без опознавательных знаков

81. Верно ли, что при работе с возражением «Мне не понравился кофе-брейк» вы должны сразу предложить возврат денег за билет?

Ответ: Неверно.

82. Соотнесите этап протокольного мероприятия и типовую коммуникацию ПК-6.3:

Этап	Коммуникация
1. Встреча VIP	А. «Благодарим за выступление, примите памятный подарок»
2. Проводы спикера	Б. «Ваш водитель ждёт у южного входа, багаж доставят»
3. Завершение торжественного ужина	В. «Разрешите проводить вас к почётному месту в первом ряду»

Ответ: 1-В, 2-А, 3-Б

83. Опишите алгоритм отработки возражения потенциального участника: «Я и так всех знаю, нет смысла ехать на ваш конгресс».

Пример алгоритма: 1) «Понимаю, вы цените своё время». 2) Уточнить: «А когда вы общались с коллегами в последний раз?» 3) Привести аргумент: «30% участников прошлого года нашли новых партнёров именно благодаря случайным встречам. А время с коллегами в неформальной обстановке — отдельная ценность». 4) Предложить: «Приезжайте хотя бы на вечерний приём в первый день — если не понравится, я лично верну билет».