

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.07.2026 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.07 ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОЧНО-
ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис
Направленность (профиль): Продюсирование и маркетинг мероприятий
Квалификация выпускника: Бакалавр

Процесс изучения дисциплины «Технологии и организация выставочно-ярмарочной 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. Выставка как инструмент маркетинговых коммуникаций прежде всего позволяет решать задачу:

- а) Снижения себестоимости продукции
- б) Личного контакта с целевой аудиторией и демонстрации продукта в действии**
- в) Автоматизации складского учета
- г) Замены торгового персонала роботами

2. Материально-техническая база экспобизнеса включает:

- а) Только выставочные павильоны
- б) Банковские счета организатора
- в) Исключительно стендовое оборудование
- г) Павильоны, конгресс-холлы, инфраструктуру (паркинг, логистика, питание), IT-обеспечение**

3. Что характеризует «нетто-площадь» (Net Square Meters) выставки?

- а) Площадь вместе с проходами и фойе
- б) Площадь парковки
- в) Площадь, арендованная непосредственно экспонентами для стендов**
- г) Площадь кафе и ресторанов

4. Соотнесите элемент материально-технической базы с его функцией:

Элемент	Функция
1. Конгресс-центр	А) Размещение тяжелого оборудования
2. Павильон с высокой нагрузкой на пол	В) Проведение семинаров, конференций, пресс-конференций
3. VIP-ложа	С) Приём почётных гостей и протокольные встречи

Правильный ответ: 1-В, 2-А, 3-С

6 семестр

5. Соотнесите показатель качества выставочных услуг со способом его измерения:

Показатель	Способ измерения
1. Лояльность экспонентов	А) Повторное участие в следующем цикле (%)
2. Посещаемость целевой аудитории	В) Соотношение зарегистрированных профильных специалистов к общему числу
3. Доля жалоб	С) Количество претензий на 100 участников

Правильный ответ: 1-А, 2-В, 3-С

6. **Утверждение:** Мировой тренд — замещение физических выставок полностью онлайн-форматами без живого общения.

- а) Верно
- б) Неверно**

7 семестр

7. **Утверждение:** Сбор статистических данных выставки ограничивается только подсчётом количества посетителей на входе.

а) Верно

б) Неверно

8. Открытый вопрос

Какие три основные группы статистических данных должна собирать дирекция выставки для мониторинга развития отрасли и оценки эффективности мероприятия?

Правильный ответ:

1. Данные об экспонентах (количество, география, отраслевая принадлежность, занятая площадь, повторное участие).
2. Данные о посетителях (общее число, профессионалы/частные лица, должности, цели посещения, время пребывания).
3. Данные о контрактах/лидах (количество деловых встреч, сумма предварительных контрактов, индекс NPS).

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

5 семестр

9. Открытый вопрос: Опишите три ключевых этапа формирования концепции торгово-промышленной выставки и для каждого укажите, какой метод анализа маркетинговой информации применяется. Приведите пример для выставки, посвящённой «Промышленной робототехнике и автоматизации».

Эталонный ответ (краткое содержание):

1. Анализ рынка и целевой аудитории
2. Формулировка уникального ценностного предложения (УТП)
3. Выбор формата и инструментов продвижения

10. **Утверждение:** Анализ коммерческой состоятельности проекта выставки не требует расчёта точки безубыточности.

а) Верно

б) Неверно

11. Открытый вопрос

Перечислите не менее 4 способов коммуникации с посетителем во время работы выставки-ярмарки, направленных на сбор контактов и повышение лояльности.

Правильный ответ:

- Сканер бейджей при входе на стенд
- Интерактивные опросы на планшетах
- QR-коды для скачивания каталога с отправкой на e-mail
- Конкурсы с розыгрышами, требующие регистрации
- Прямая работа обученного персонала (фиксация потребностей)

6 семестр

12. Анализ коммерческой состоятельности проекта выставки включает расчёт:

- а) Только количества свободных мест в гостиницах
- б) Точки безубыточности, прогноза доходов от аренды, спонсорства, регистрации**
- в) Количества лампочек на стенде
- г) Роста курса доллара к рублю

13. Что из перечисленного является первым этапом формирования концепции выставки?

- а) Разработка дизайна стенда
- б) Анализ рынка и целевой аудитории, позиционирование**
- в) Заключение договоров с экспонентами
- г) Закупка раздаточных материалов

14. **Утверждение:** Для повышения эффективности участия экспоненту достаточно просто арендовать стенд и ждать посетителей.

- а) Верно
- б) Неверно**

7 семестр

15. Ключевой показатель (KPI) эффективности работы выставки для организатора — это:

- а) Количество охранников на входе
- б) Общая площадь брутто (GFA) и количество профессиональных посетителей**
- в) Средняя температура в зале
- г) Количество раздаваемых бейджей волонтерам

16. Какой метод продвижения в Интернете наиболее эффективен для привлечения B2B-посетителей на специализированную выставку?

- а) E-mail маркетинг по отраслевым базам + профессиональные сообщества**
- б) Таргетированная реклама в ВКонтакте.
- в) Только наружная реклама на билбордах

17. Инструмент «предварительная регистрация посетителей онлайн» позволяет:

- а) Сегментировать аудиторию, сократить очереди и собрать базу для последующего маркетинга**
- б) Отменить саму выставку
- в) Увеличить стоимость билета вдвое
- г) Скрыть реальное число посетителей

18. Соотнесите этап работы с посетителем выставки с используемым инструментом:

Этап

Инструмент

- | | |
|----------------------|--|
| 1. До выставки | А) Мобильное приложение выставки, планировщик встреч |
| 2. Во время выставки | В) Пост-релиз, опрос удовлетворённости |
| 3. После выставки | С) Таргетированная реклама, e-mail приглашение |

Правильный ответ: 1-С, 2-А, 3-В

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

5 семестр

19. Что из перечисленного относится к критериям качества выставочных услуг (по стандарту ГОСТ Р 53103-2008)?

- а) Цвет коврового покрытия
- б) Достоверность статистики посетителей и экспонентов**
- в) Наличие фонтана перед входом
- г) Бренд автомобиля организатора

20. Согласно глобальным трендам UFI (Всемирная ассоциация выставочной индустрии), какой сегмент выставочного рынка показывает наибольший рост в последние годы?

- а) Сельское хозяйство
- б) Тяжёлое машиностроение
- в) Цифровые технологии, AI, «зелёные» выставки**
- г) Производство угля

21. **Утверждение:** На выставке-ярмарке протокольные мероприятия проводятся без учёта старшинства флагов.

- а) Верно
- б) Неверно** (флаги выстраиваются по алфавиту или протоколу)

6 семестр

22. Государственное содействие выставочно-ярмарочной деятельности в РФ включает:

- а) Запрет всех международных выставок
- б) Поддержку через ТПП РФ, Минпромторг, софинансирование участия малого бизнеса**
- в) Передачу всех выставок в частные руки без контроля
- г) Отмену стандартов качества

23. **Утверждение:** В РФ действует национальный стандарт ГОСТ Р 53103-2008 «Выставочно-ярмарочная деятельность. Термины и определения».

- а) Верно**
- б) Неверно

7 семестр

24. Установите соответствие между типом выставки и её основной целью:

Тип выставки	Цель
1. B2B специализированная	А) Продажа товаров в розницу конечному потребителю
2. B2C ярмарка	В) Демонстрация новинок отрасли, поиск дистрибьюторов
3. Виртуальная выставка	С) Онлайн-презентация без физического присутствия

Правильный ответ: 1-В, 2-А, 3-С

25. Установите соответствие между протокольным мероприятием и его типичным временем проведения:

Мероприятие	Время
1. Официальное открытие выставки	А) Вечером перед первым днём работы
2. Приём для делегаций (Welcome reception)	В) Утро первого дня, перерезка ленты
3. Закрытие и награждение	С) Последний день выставки

Правильный ответ: 1-В, 2-А, 3-С

26. Открытый вопрос

Назовите три обязательных элемента официальной церемонии открытия международной выставки с участием официальных лиц разных стран.

Правильный ответ:

1. Поднятие флагов стран-участниц (или страны-организатора и страны-почётного гостя).
2. Приветственная речь (по протоколу: сначала хозяин, затем почётные гости).
3. Символическая перерезка ленты или иное открытие (разбивание бочонка, нажатие кнопки).

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

27. При контроле выполнения договора аренды выставочного павильона ответственный проверяет:

- а) Наличие цветов в холле
- б) Соответствие заявленной площади, нагрузку на пол, климат-контроль, пожарную безопасность**
- в) Количество туалетных кабинок
- г) Дизайн афиш на парковке

28. Как проверить качество услуги синхронного перевода по договору во время конгресса?

- а) Спросить у уборщицы
- б) Замерить скорость речи переводчика
- в) Прослушать запись в наушниках, опросить участников, сравнить с эталонным протоколом**
- г) Оценить цвет его галстука

6 семестр

29. Что из перечисленного руководитель конгрессного мероприятия должен проверить в первую очередь при контроле выполнения плана?

- а) Цвет бейджей участников
- б) Соответствие фактических работ условиям заключенных договоров (сроки, объемы, качество)**
- в) Меню фуршета
- г) Музыкальное сопровождение на церемонии закрытия

30. Установите соответствие между видом договора и точкой контроля выполнения:

Договор	Контрольный пункт
1. Договор с клининговой компанией	А) Чек-лист чистоты залов каждые 2 часа
2. Договор с IT-провайдером (Wi-Fi)	В) Измерение скорости в пиковые часы, отсутствие падений сети
3. Договор на охрану	С) Наличие постов, проверка пропусков, протоколы досмотра

Правильный ответ: 1-А, 2-В, 3-С

31. **Утверждение:** Контроль выполнения плана конгрессного мероприятия требует ежечасного обновления «паспорта монтажа» (Gantt-графика) с отметками об исполнении.

- а) Верно
б) Неверно

32. Открытый вопрос.

Опишите алгоритм действий руководителя конгрессного мероприятия, когда субподрядчик по техническому оснащению (звук/свет) в день открытия не выполнил 50% райдера, а договором предусмотрена неустойка 10% за каждый час задержки. Как обеспечить выполнение плана и одновременно урегулировать спор без срыва мероприятия?

Эталонный ответ (кратко):

1. Активировать резервного подрядчика (если есть) или перераспределить ресурсы силами своей команды.
2. Составить двусторонний акт о невыполнении с фото/видеофиксацией.
3. Направить письменную претензию с требованием срочного исправления за счет подрядчика.
4. Запустить расчет неустойки по факту устранения, но не препятствовать работе (приоритет — проведение мероприятия).
5. По окончании — досудебная претензия или медиация.

7 семестр

33. Контроль выполнения плана сбора статистических данных выставки означает проверку:

- а) Какого цвета ручки у волонтеров
б) **Наличия подписанных актов с операторами системы регистрации (количество сканирований, выгрузка отчета)**
в) Количества бесплатных билетов
г) Роста охранников

34. Соотнесите этап протокольного мероприятия и документ контроля:

Этап	Документ
1. До начала (подготовка рассадки)	А) Seat plan (схема рассадки по протоколу)
2. Во время (приветствия)	В) Речевой тайминг (регламент выступлений)
3. После (фиксация нарушений)	С) Акт об оказанных услугах с пометками об отклонениях

Правильный ответ: 1-А, 2-В, 3-С

35. **Утверждение:** Проверка выполнения договора на видеосъемку включает контроль наличия исходных материалов (RAW) в оговоренном кодеке и в срок.

- а) Верно
- б) Неверно

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

5 семестр

36. Какая роль в команде конгресс-мероприятия отвечает за коммуникацию с экспонентами и решение их текущих проблем на площадке?

- а) Финансовый контролёр
- б) Менеджер по работе с экспонентами (Exhibitor Services Manager)
- в) Технический директор
- г) Спичрайтер

37. **Утверждение:** При формировании команды конгресс-мероприятия достаточно назначить только одного менеджера, который будет отвечать за всё — от регистрации до эвакуации.

- а) Верно
- б) Неверно

38. Соотнесите задачу и зону ответственности в команде:

Задача	Ответственный
1. Обеспечение брендинга залов	А) Арт-директор
2. Регистрация и выдача бейджей	Б) Супервайзер регистрации
3. Экстренная эвакуация	В) Менеджер по безопасности и ЧС

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

6 семестр

39. При формировании команды реализации конгрессного мероприятия руководитель в первую очередь должен:

- а) Выбрать цвет униформы для волонтеров
- б) **Определить функциональную структуру и зоны ответственности (RACI-матрицу) на основе целей мероприятия**
- в) Закупить канцелярские принадлежности
- г) Забронировать гостиницу для себя

40. Соотнесите должность в команде конгресс-мероприятия с её ключевой задачей:

Должность	Задача
1. Логист по материально-технической базе	А) Контроль монтажа стендов, поставки мебели, электроснабжения
2. Координатор волонтеров	Б) Обучение, составление графика дежурств, мотивация добровольцев

Должность	Задача
3. Менеджер по работе с В) Проверка исполнения договоров (кейтеринг, подрядчиками клининг, охрана)	

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

7 семестр

41. Распределение задач в команде конгрессного мероприятия осуществляется на основе:

- а) Личных симпатий руководителя
- б) Результаты голосования в соцсетях
- в) Алфавитного порядка фамилий
- г) **Компетенций сотрудников и зон ответственности по RACI-матрице**

42. При формировании команды реализации конгрессного мероприятия ключевая роль «технического продюсера» включает:

- а) Приготовление кофе для участников
- б) **Отвечает за звук, свет, видео, сценическое оборудование в соответствии с райдером**
- в) Регистрацию участников вручную
- г) Перевод переговоров синхронно

43. Кто входит в «первую линию» команды конгресс-мероприятия, непосредственно работающей с посетителями?

- а) **Волонтеры на стойке информации, хостес, технический персонал сцены**
- б) Бухгалтер
- в) Директор по стратегии
- г) Аудитор

44. Конфликтная ситуация между двумя экспонентами из-за шума на соседних стендах. Действия организатора в соответствии с регламентом:

- а) Выгнать обоих
- б) **Применить правило «тихие часы» и предложить перенос демонстрации громкого оборудования по графику**
- в) Повысить громкость музыки на всех стендах
- г) Игнорировать, пока не подерутся

45. При проведении протокольного мероприятия команду делят на зоны. За рассадку VIP-гостей в соответствии с дипломатическим рангом отвечает:

- а) **Протокольный офицер (chief of protocol)**
- б) Координатор по логистике
- в) Технический директор
- г) Кейтеринг-менеджер

46. **Утверждение:** Формируя команду для конгресса, не нужно назначать ответственного за взаимодействие с субподрядчиками — достаточно, чтобы все общались напрямую с генеральным директором.

- а) Верно
- б) **Неверно**

47. Открытый вопрос.

Перечислите не менее 5 ролей в команде реализации конгресс-мероприятия на 500 участников с синхронным переводом, фуршетом и панельной дискуссией. Для каждой роли укажите 1–2 ключевые задачи.

Эталонный ответ:

1. **Тифлинг-менеджер (Technical stage manager**
2. **Координатор по работе с переводчиками**
3. **Хостес на фуршете**
4. **Менеджер регистрации**
5. **Протокольный офицер**
6. **Логист по материалам**

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

48. Соотнесите тип разногласия с методом урегулирования:

Ситуация

Метод

- | | |
|--|--|
| 1. Экспонент утверждает, что услуга была низкого качества, но договор не детализирует критерии | А) Медиация с привлечением независимого эксперта (например, по стандартам ГОСТ) |
| 2. Подрядчик требует доплату за сверхурочную работу, не согласованную письменно | Б) Отказ в оплате со ссылкой на пункт договора об обязательном письменном согласовании |
| 3. Ссора двух субподрядчиков на площадке из-за зоны разгрузки | В) Оперативное совещание с распределением временных слотов на основе регламента выставки |

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

49. При оказании выставочных услуг экспонент предъявил претензию: арендованный стенд не соответствует согласованному макету (не тот цвет ковра, отсутствует стойка для брошюр). Договором качество не детализировано. Ваши действия как организатора для урегулирования спора:

- а) Отказать экспоненту, сославшись на отсутствие четких критериев в договоре
- б) Инициировать переговоры, провести фотофиксацию, предложить соразмерную скидку или устранение недостатков за счет подрядчика, опираясь на ГОСТ Р 53103-2008**
- в) Расторгнуть договор в одностороннем порядке
- г) Обвинить экспонента в придирах и выгнать с выставки

50. Во время монтажа выставки два субподрядчика (по сборке стендов и по электрике) не могут поделить зону работ: у одного кабели, у другого — металлоконструкции. Возник конфликт с угрозой срыва графика. Какой метод решения конфликтной ситуации наиболее эффективен?

- а) Провести оперативное совещание, начертить схему зон ответственности по времени (утро — электрика, день — монтаж стендов) на основе регламента**

выставки

- б) Вызвать охрану и удалить обоих
- в) Оставить их разбираться самостоятельно
- г) Отдать предпочтение более дорогому подрядчику

51. **Утверждение:** Если на выставке возникает конфликт между двумя экспонентами из-за громкой музыки на соседних стендах, организатор не имеет права вмешиваться, так как это их личные коммерческие отношения.

- а) Верно
- б) Неверно**

6 семестр

52. Возник спор с подрядчиком по договору: он не предоставил оборудование для синхроперевода в срок. Каков первоочередной шаг организатора для урегулирования разногласий?

- а) Расторгнуть договор в одностороннем порядке без уведомления
- б) Направить письменную претензию с фиксацией нарушения и требованием устранения в оговоренный срок**
- в) Опубликовать негативный отзыв в соцсетях
- г) Пригласить адвоката в суд немедленно

53. Если экспонент жалуется на повреждение груза при разгрузке силами субподрядчика, но договором ответственность не четко прописана, то спор решается на основе:

- а) Устного обещания администратора
- б) Норм ГК РФ (о возмещении ущерба виновной стороной) и акта осмотра груза при приёмке**
- в) Броска монетки
- г) Пожелания генерального спонсора

54. При разногласиях с заказчиком по коммерческой состоятельности проекта (несоответствие бюджета) оптимальный метод:

- а) Провести сверку сметы, подписать дополнительное соглашение или медиацию с третьей стороной**
- б) Прекратить мероприятие
- в) Обвинить заказчика в некомпетентности
- г) Уволить финансового менеджера

55. **Утверждение:** При возникновении спора с подрядчиком по качеству услуг организатор имеет право в одностороннем порядке удержать полную сумму оплаты без составления акта.

- а) Верно
- б) Неверно**

56. Конфликт между двумя членами команды по поводу распределения премии за успешное мероприятие. Какой метод решения конфликта наиболее конструктивен?

- а) Уволить обоих
- б) Провести переговоры с опорой на заранее утверждённые KPI и систему мотивации (факты, а не эмоции)**
- в) Отдать премию третьему лицу
- г) Игнорировать конфликт до следующей выставки

7 семестр

57. Возник конфликт: подрядчик по кейтерингу опаздывает с подачей обеда на 1,5 часа. Какой метод урегулирования спора наиболее эффективен до суда?

- а) Устроить публичный скандал
- б) Активировать пункт договора о неустойке и провести оперативные переговоры с поиском компромисса (частичная оплата/скидка)**
- в) Уволить весь персонал подрядчика на месте
- г) Игнорировать проблему

58. Соотнесите тип разногласия с методом его урегулирования:

Спорная ситуация	Метод
1. Подрядчик предоставил неполную статистику по посетителям	А) Претензионное письмо с требованием дорасчета + акт сверки
2. Два подразделения не могут поделить аудиторию для параллельных сессий	В) Оперативное совещание, приоритизация по важности тем
3. Иностранный партнер нарушил срок оплаты	С) Переговоры с привлечением юриста, оферта рассрочки

Правильный ответ: 1-А, 2-В, 3-С

59. **Утверждение:** Лучший способ разрешить конфликт между посетителем и волонтером — это публично объявить волонтера виноватым без разбирательства.

- а) Верно
- б) Неверно**

60. Открытый вопрос.

Приведите пример конфликтной ситуации на международной конгресс-выставке, связанной с национальными протокольными особенностями, и опишите метод её решения с опорой на договоренности и регламент.

Эталонный ответ:

Ситуация: Делегация страны А требует разместить свой флаг выше флага страны Б, ссылаясь на дипломатический ранг. Страна Б оскорблена.

Решение: Организатор опирается на заранее утвержденный протокол (алфавит названий стран на языке-хозяине или по ООН). Если споры — пригласить независимого протокольного консультанта. Метод: медиация с разъяснением правил, затем фиксация в протоколе мероприятия, что расположение флагов соответствует стандарту UFI. При отказе – предложить отдельные зоны флагов. Крайняя мера – ссылка на пункт договора с делегацией о соблюдении внутренних правил площадки.

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

61. Что из перечисленного является первым этапом технологического цикла подготовки конгрессно-выставочного мероприятия?

- а) Демонтаж стендов
- б) Маркетинговое исследование и позиционирование проекта**
- в) Рассылка благодарственных писем
- г) Оформление акта сверки с кейтерингом

62. Каков правильный порядок взаимодействия организатора с подрядчиками при монтаже выставки?

- а) Сначала электрика, потом стенды, потом IT-оборудование**
- б) Сначала ковры, потом грузчики, потом цветы
- в) Всё одновременно хаотично
- г) Сначала пресс-служба, потом всё остальное

63. **Утверждение:** Технология планирования выставки начинается с закупки ковровых покрытий.

- а) Верно
- б) Неверно**

64. Соотнесите технологический процесс с его содержанием:

Процесс	Содержание
1. Планирование	А) Дорожная карта, бюджет, команда, КРІ
2. Организация	Б) Заключение договоров, координация подрядчиков, продажа мест
3. Контроль качества	В) Чек-листы, мониторинг, опросы участников

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

6 семестр

65. Взаимодействие с государственными органами при подготовке выставки включает:

- а) Согласование пожарной безопасности, Роспотребнадзора, уведомление администрации города**
- б) Только покупку билетов
- в) Отправку открыток президенту
- г) Ничего, государство не нужно

66. Технология анализа коммерческой состоятельности проекта выставки включает расчёт:

- а) Количества туалетов
- б) Точки безубыточности, прогноза доходов (аренда, спонсорство, регистрация) и расходов**
- в) Роста цен на бензин
- г) Курса биткойна

67. Технология анализа коммерческой состоятельности проекта выставки включает расчёт:

- а) Количества туалетов
- б) Точки безубыточности, прогноза доходов (аренда, спонсорство, регистрация) и расходов**
- в) Роста цен на бензин
- г) Курса биткоина

68. **Утверждение:** Государственное содействие выставочной деятельности в РФ включает субсидирование участия малого бизнеса через ТПП.

- а) Верно**
- б) Неверно

7 семестр

69. При планировании сбора и анализа статистических данных выставки организатор взаимодействует с различными субъектами. Кто из перечисленных НЕ является непосредственным источником первичных статистических данных о посещаемости?

- а) Операторы системы электронной регистрации (вход/выход, сканирование бейджей)
- б) Волонтеры на стойках информации, фиксирующие устные жалобы
- в) Экспоненты, предоставляющие данные о лидах со своих стендов (добровольно)
- г) Метеорологическая служба города**

70. Технология повышения эффективности участия экспонента в выставке включает определённую последовательность взаимодействия организатора и экспонента. Какой этап должен следовать ПЕРЕД началом монтажа стенда?

- а) Пост-выставочный отчёт с ROI
- б) Консультация по выбору места с учётом трафика и соседей (на основе статистики прошлых лет)**
- в) Разбор конфликтов с соседями по стенду
- г) Сбор подписей за демонтаж

71. Соотнесите этап организации выставки с типом взаимодействующего субъекта:

Этап	Субъект
1. Монтаж и логистика	А) Экспоненты и выставочные агенты
2. Привлечение участников	Б) Субподрядчики (строители, электрики, грузчики)
3. Контроль качества услуг	В) Сертификационная комиссия, внутренний аудит

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

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

5 семестр

72. Экспонент спрашивает, как оценить качество услуг организатора. Что вы ему посоветуете как консультант?

- а) Ориентироваться на наличие сертификата ISO 20121 или ГОСТ Р 53103-2008, отзывы прошлых участников, прозрачность отчётности**
- б) Довериться интуиции
- в) Смотреть на цвет бейджей

г) Спросить у таксиста

73. Экспонент спрашивает: «Как мне понять, что выставка — эффективный инструмент маркетинговых коммуникаций для моего бизнеса?» Ваш ответ как консультанта:

- а) «Выставки подходят всем, всегда берите самый большой стенд»
- б) «Оцените ваши цели: если нужны личные контакты, демонстрация продукта и сбор лидов за 2–3 дня — выставка эффективна; для массовых продаж B2C лучше интернет-магазин»**
- в) «Выставки бесполезны, не участвуйте»
- г) «Спросите у соседа по бизнес-центру»

74. Участник размышляет о выходе на зарубежный рынок через выставки. Какой совет будет оптимальным с учётом мировых трендов?

- а) «Езжайте только на самую большую выставку в мире, без разбора профиля»
- б) «Отправьте курьера с каталогом»
- в) «Никуда не езжайте, все выставки умерли из-за пандемии»
- г) «Изучите рейтинги UFI, выберите специализированную выставку в целевой стране, проанализируйте долю иностранных посетителей за прошлые годы»**

6 семестр

75. Клиент просит помочь ему оценить коммерческую состоятельность участия в выставке. Какую методику консультирования вы предложите?

- а) «Рассчитайте прогнозируемый ROI: (плановая выручка от новых контактов / затраты на участие) × 100%. Затраты включают: стенд, логистику, проживание, рекламу, персонал»**
- б) «Посчитайте только стоимость аренды стенда, остальное неважно»
- в) «Участвуйте и надейтесь на чудо»
- г) «Спросите у гадалки»

76. Экспонент — представитель малого бизнеса. Он хочет участвовать, но боится затрат. Как проконсультировать его о государственном содействии?

- а) «Государство не помогает малому бизнесу»
- б) «Вы можете подать заявку через ТПП или центр «Мой бизнес» на субсидирование участия (компенсация аренды стенда, регистрационного взноса); также бывают коллективные стенды регионов»**
- в) «Ничего не светит, участвуйте за свой счёт»
- г) «Попросите кредит в банке под 30%»

77. Соотнесите вопрос экспонента с правильной консультацией:

Вопрос	Консультация
1. «Когда лучше привезти груз?»	А) По графику монтажа, заранее согласованному (обычно за 1-2 дня до открытия)
2. «Как понять, кто был на моём стенде?»	Б) Используйте систему сканирования бейджей или мобильное приложение для сбора лидов
3. «Стоит ли участвовать в следующем году?»	В) Оцените ROI по вашим данным и нашим отчётам о посещаемости

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

7 семестр

78. Посетитель жалуется, что не может найти нужный стенд. Ваше консультирование как организатора:

- а) Выдать карту выставки (навигацию) и объяснить систему маркировки рядов, при необходимости проводить**
- б) Пожать плечами
- в) Отправить к охране
- г) Сказать, что это не ваша проблема

79. Экспонент спрашивает: «Как мне привлечь максимум посетителей на стенд при ограниченном бюджете?» Ваша рекомендация:

- а) Купить самый дорогой ковер
- б) Провести предвыставочную email-кампанию по целевой базе, анонсировать конкурс/розыгрыш, обучить стендистов активному привлечению**
- в) Стоять молча и ждать
- г) Раздать все визитки охране

80. **Утверждение:** Консультируя экспонента, можно рекомендовать ему не обучать персонал стенда, так как «и так сойдёт».

- а) Верно
- б) Неверно**

81. **Утверждение:** Лучший способ работы с возражением «Мне неинтересно» — сразу попрощаться и не тратить время.

- а) Верно
- б) Неверно**

82. Открытый вопрос.

Опишите технологию планирования участия экспонента в выставке с точки зрения консультанта организатора. Какие этапы вы выделите (минимум 4), какие дадите рекомендации по каждому этапу? Приведите пример взаимодействия «организатор – экспонент».

Эталонный ответ (кратко):

Этапы и рекомендации:

1. Постановка целей – консультация.
2. Выбор места и формата стенда.
3. Предвыставочный маркетинг – рассылка приглашений клиентам экспонента, анонсы в соцсетях, планирование встреч.
4. Обучение стендистов – как привлекать, квалифицировать лиды, работать с возражениями.
5. Пост-выставочный фоллоу-ап – рассылка благодарностей в течение 48 часов.

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

5 семестр

83. На переговорах клиент (иностранный экспонент) заявляет: «Ваш рынок падает, тренды плохие. Ваша выставка не стоит наших инвестиций». Как профессионально работать с этим возражением, используя знание рынка и концепции проекта?

а) «Тогда уходите»

б) «Признаю, есть общие вызовы, но наш сегмент вырос на 15% за год (привести цифры UFI/отраслевой ассоциации). 80% экспонентов прошлого года продлили участие. Вот конкретные истории успеха ваших конкурентов»

в) Согласиться и ничего не предлагать

г) Сказать, что рынок везде плохой

84. **Утверждение:** При разногласиях о качестве услуги организатор имеет право ссылаться на внутренние стандарты, даже если они не прописаны в договоре.

а) Верно

б) Неверно

85. Соотнесите тип разногласия с методом коммуникации и урегулирования:

Разногласие

Метод

1. Экспонент недоволен качеством уборки стенда

А) Извиниться, вызвать клининг, подписать акт, предложить компенсацию

2. Посетитель утверждает, что его обокрали

Б) Сразу направить к службе безопасности, составить заявление, предоставить видео

3. Спонсор требует эксклюзивных упоминаний, не прописанных в договоре

В) Вежливый отказ со ссылкой на договор, предложение допсоглашения за доплату

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

6 семестр

86. При общении с потенциальным клиентом (крупная компания) выясняется его запрос: «Мы боимся участвовать из-за проверок МЧС и Роспотребнадзора. Кто за это отвечает?»
Ваша коммуникация:

а) «Организатор получает все разрешения на мероприятие и консультирует экспонентов по требованиям. Мы также помогаем с оформлением документов на временные конструкции. Контроль на стенде — ваша зона ответственности согласно договору»

б) «Это ваши проблемы»

в) «Никто не проверяет, расслабьтесь»

г) «Вам нужно нанять личного юриста за свой счёт»

87. Клиент говорит: «Концепция вашей выставки мне не понятна, я не вижу коммерческой выгоды для себя. Докажите, что стоит участвовать». Как вы определите его запрос и отработаете возражение?

а) «Не участвуйте, мы без вас справимся»

б) Задать уточняющие вопросы: «Какая ваша целевая аудитория? Что для вас успех?» Затем показать статистику прошлых лет (количество профильных посетителей, контракты), предложить подбор целевых встреч (matchmaking)

в) Просто дать скидку 50%

г) Сказать, что концепция секретна

7 семестр

87. Клиент (экспонент) не согласен со статистикой посещения его стенда, предоставленной вами. Как работать с этим возражением?

а) Сказать: «Наше слово — закон»

б) Удалить статистику

в) Предоставить данные с системы сканирования бейджей, объяснить методику подсчета, предложить совместную сверку в реальном времени

г) Обвинить клиента во лжи

88. При проведении протокольного мероприятия на международной выставке вы заметили, что флаг страны-гостя расположен ниже, чем флаг страны-спонсора. Ваши действия:

а) Оставить как есть

б) Немедленно переставить флаги согласно дипломатическому протоколу (гость выше спонсора)

в) Убрать оба флага

г) Спросить у уборщицы

89. Посетитель возмущается длинной очередью на регистрацию. Ваш алгоритм работы с возражением:

а) Крикнуть: «Не нравится — уходите!»

б) Извиниться за ожидание, объяснить причину (пик часов), открыть дополнительную стойку/предложить онлайн-регистрацию на завтра

в) Закрывать регистрацию

г) Уйти в отпуск

90. На официальном приеме гость высказывает претензию: «Моё место за столом хуже, чем у конкурента». Ваши действия:

а) Посадить гостя на пол

б) Игнорировать

в) Поменять всех местами

г) Спокойно объяснить принцип рассадки (по протоколу, рангу или алфавиту), предложить обращение к протокольному офицеру

91. Соотнесите тип возражения/ситуации с методом коммуникации:

Ситуация	Метод
1. «Ваша выставка слишком дорогая!»	А) Работа с возражением через ценность (показ ROI, количество контактов)
2. «Мой стенд не там, где обещали»	Б) Эмпатия, проверка плана, предложение компенсации (баннер на входе)
3. «Почему я не получил приглашение на VIP-приём?»	В) Проверка протокольного списка, извинения, внесение в список на следующий день

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В