

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.07.2026 10:34:23
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.11 УПРАВЛЕНИЕ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ
ПЛОЩАДКОЙ**

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

Процесс изучения дисциплины «Управление конгрессно-выставочной площадкой» 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-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
ПК-3. Способен организовывать совместную работу с ключевыми партнерами выставочных и событийных мероприятий всех уровней	ПК-3.1 Осуществляет заключение соглашений о сотрудничестве с ключевыми партнерами в сфере продвижения торгово-промышленной выставки, конгрессно-выставочной площадки, событийных мероприятий, в том числе, с крупными национальными, зарубежными или международными организациями
	ПК-3.2 Умеет осуществлять контроль соблюдения согласованных условий сотрудничества со спонсорами торгово-промышленной выставки, конгрессно-выставочной площадки, событийных мероприятий в ходе их подготовки и проведения
	ПК-3.3. Владеет технологиями ведения переговоров и эффективной работы со спонсорами, технологиями формирования пакетов услуг для партнеров и спонсоров
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

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

7 семестр

1. Какой тренд в развитии инфраструктуры КВП наиболее значим с точки зрения мониторинга отрасли?

а) Уменьшение площади выставочных залов

б) Переход к многофункциональным гибридным пространствам с возможностью онлайн-трансляций и стриминговых студий

в) Отказ от парковок в пользу жилой застройки

г) Замена конгресс-холлов торговыми центрами

2. Какой индикатор наиболее показателен для мониторинга развития отрасли конгрессно-выставочных площадок на национальном уровне?

а) Динамика ввода новых выставочных площадей (ROM – rentable square meters) и их загрузка

б) Количество туалетов на площадке

в) Цена на кофе в буфете

г) Количество растений в холле

8 семестр

3. Верно ли, что современные КВП интегрируют системы «умное здание» (IoT) для мониторинга загрузки помещений, энергопотребления и трафика посетителей в реальном времени?

Ответ: Верно

4. Назовите два мировых рейтинга или отраслевых отчёта, которые используются для мониторинга развития конгрессно-выставочной инфраструктуры.

Ответ: ICCA Statistics Report, UFI Global Barometer, VENUE-данные международных ассоциаций

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

7 семестр

5. Какая услуга КВП является базовой для формирования концепции мероприятия и её продвижения?

а) Аренда мебели

б) Предоставление официального хештега, медиа-кита и интеграция с системой регистрации для онлайн-продвижения

в) Услуги прачечной

г) Доставка цветов в номер

6. Какой метод продвижения КВП наиболее эффективен для привлечения международных организаторов конгрессов?

а) Участие в профессиональных каталогах ICCA и IAPCO (B2B)

б) Реклама в городском транспорте

в) СМС-рассылка случайным номерам

г) Наружная реклама на билбордах

7. Верно ли, что при формировании концепции продвижения КВП достаточно разместить афишу на входе в здание, а сайт и соцсети не обязательны?

Ответ: Неверно

8. Назовите два инструмента интернет-продвижения, которые КВП может предложить экспоненту для привлечения посетителей на его стенд.

Ответ: Промо-посты в соцсетях площадки с упоминанием экспонента, email-рассылка по базе посетителей, личный кабинет для приглашений

8 семестр

9. При формировании концепции продвижения КВП для привлечения организаторов мероприятий, какой элемент подготовки площадки следует акцентировать в интернет-коммуникации (сайт, соцсети, медиацит)?

а) Наличие 10 вешалок в каждой VIP-комнате

б) Технический чек-лист готовности: скорость интернета, мощность электропитания, возможность гибридных трансляций

в) Цвет штор в переговорных

г) График работы буфета в выходной день

10. Назовите три цифровых инструмента (платформы или метода онлайн-продвижения), которые КВП может использовать для демонстрации своей готовности к мероприятию (например, виртуальный тур, онлайн-календарь загрузки) с целью привлечения организаторов.

Ответ: Виртуальный 3D-тур по площадке с возможностью «пройти» по залам и оценить инфраструктуру. Интерактивный онлайн-календарь. Публичный дашборд готовности в личном кабинете организатора

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

11. Какой метод анализа маркетинговой информации позволяет КВП оценить удовлетворённость организатора мероприятия?

а) Анализ курса валют

б) NPS-опрос (Net Promoter Score) организатора и экспонентов после мероприятия

в) Подсчёт количества розеток в зале

г) Взвешивание мусора после ивента

12. Соотнесите тип маркетинговой информации и метод её анализа для организации мероприятий на площадке:

Тип информации

Метод анализа

1. Предпочтения участников

А. Анализ записей с камер и тепловых карт

2. Трафик посетителей в залах

Б. Опросы и анализ данных регистрации

3. Эффективность работы экспонентов

В. Количество контактов (лидов) на стенде

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

13. Верно ли, что для анализа рынка международных мероприятий КВП должна отслеживать расписание конкурентных площадок и их загрузку (через открытые источники и отраслевые ассоциации)?

Ответ: Верно

14. Перечислите три ключевых маркетинговых показателя (KPI), которые должен анализировать менеджер КВП для оценки востребованности площадки.

Ответ: Пример: количество проведённых мероприятий, загрузка площадки (%), удовлетворённость клиентов

8 семестр

15. Какой метод анализа маркетинговой информации позволяет КВП спрогнозировать пиковые нагрузки на входные группы и службу безопасности?

а) Анализ продажи билетов по дням и часам (данные регистрации) + исторические данные предыдущих мероприятий

б) Гадание на кофейной гуще

в) Опрос случайных прохожих на улице

г) Измерение температуры на улице

16. Установите соответствие между типом маркетинговой/аналитической информации о безопасности и методом её анализа для организации мероприятий:

Тип информации

Метод анализа

1. Пиковые нагрузки на входные группы (толпы) регистрации и камер видеонаблюдения с

А. Анализ исторических данных

ИИ-расчётом плотности потока

2. Эвакуационные риски при разных типах мероприятий сценариев на основе плана эвакуации и численности участников

Б. Моделирование

3. Частота инцидентов (кражи, конфликты)
в зависимости от типа выставки
сопоставление тематики мероприятия с отчётами
службы безопасности

В. Корреляционный анализ

Ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

17. Верно ли утверждение: «При организации международной выставки на КВП анализ маркетинговой информации о требованиях национальной безопасности (например, особый порядок пропуска иностранных делегаций) не входит в компетенцию менеджера площадки, а является исключительно заботой организатора мероприятия»?

Ответ: Неверно.

Компетенция: 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

7 семестр

18. Что является первым разделом бизнес-плана при запуске нового конгрессно-выставочного центра?

а) План маркетинга

б) Резюме проекта (концепция, локация, целевая модель доходов)

в) Штатное расписание уборщиков

г) Дизайн бейджей

19. Соотнесите компонент бизнес-плана и его содержание для делового мероприятия на площадке:

Компонент

Содержание

1. Анализ рынка

А. Окупаемость и точка безубыточности

2. Финансовый план

Б. Обзор конкурентных площадок и спрос

3. Операционный план

В. График работы персонала, логистика застройки

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

20. При разработке бизнес-плана конгресс-мероприятия на площадке (организатор – внешний РСО) доходная часть КВП складывается из:

а) Продажи билетов участникам

б) Арендной ставки за залы + дополнительных услуг (интернет, питание, техподдержка)

в) Субсидий государства

г) Продажи сувениров на стойке регистрации

8 семестр

21. Верно ли, что бизнес-план современной КВП должен учитывать доход от гибридных услуг (потокотая трансляция, виртуальные стенды)?

Ответ: Верно.

22. Назовите три статьи расходов, которые обязательно включаются в бизнес-план проведения двухдневной выставки на собственной КВП.

Ответ: Прямые затраты на персонал площадки, энергоресурсы, уборка, амортизация, маркетинг мероприятия

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

7 семестр

23. Какой показатель является ключевым коммерческим KPI для КВП (эффективность использования площади)?

- а) Количество туалетов на 1000 посетителей
- б) Оборот на квадратный метр выставочной площади**
- в) Количество парковочных мест
- г) Длина эскалаторов

24. При проведении контрольного осмотра КВП совместно с представителем компании-организатора мероприятия вы фиксируете данные о готовности залов, работоспособности оборудования и соблюдении сроков монтажа. Какой коммерческий показатель эффективности для КВП будет напрямую зависеть от качества и скорости этих осмотров (с точки зрения BI-аналитики)?

- а) Коэффициент удовлетворённости организатора (CSI / NPS) и долгосрочная лояльность (повторные бронирования)**
- б) Количество свободных парковочных мест
- в) Высота потолков в холле
- г) Цена на кофе в вендинговом автомате

25. Вы анализируете большие данные по взаимодействию экспонентов с персоналом КВП (число обращений в техслужбу, время реакции, оценка качества). Какое **BI-решение** лучше всего подойдёт для визуализации этих данных и выявления проблемных зон (например, какой тип экспонентов чаще всего недоволен)?

- а) Линейный график изменения температуры на улице
- б) Интерактивный дашборд (dashboard) в Power BI или Tableau с сегментацией экспонентов по отрасли, размеру стенда и времени ответа службы поддержки**
- в) Рисунок от руки на бумаге
- г) Таблица в Word без сортировки

8 семестр

26. Соотнесите коммерческий показатель и BI-решение (способ визуализации больших данных) для КВП:

Показатель

- 1. Загрузка залов по часам и дням
- 2. Динамика продаж услуг по месяцам
- 3. Сравнение доходности разных типов мероприятий

BI-решение

- А. Тепловая карта загрузки
- Б. Дашборд в Power BI / Tableau
- В. Пузырьковая диаграмма

Ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

27. Верно ли, что для визуализации больших данных по потокам посетителей достаточно простого Excel-графика без использования специализированных BI-платформ?

Ответ: Неверно

28. Назовите два метода расчёта эффективности участия экспонента в выставке (с точки зрения КВП – коммерческие показатели для продажи мест).

Ответ: Количество лидов на стенде, стоимость привлечения одного посетителя на стенд

29. Какой современный тренд позволяет повысить коммерческую эффективность КВП за счёт оптимизации энергопотребления?

- а) Установка датчиков движения и систем Smart Lighting с аналитикой использования сменных зон**
- б) Ручное включение света
- в) Отключение вентиляции полностью
- г) Использование дизельных генераторов

ПК-2.3 Умеет разрабатывать бюджет проекта и осуществлять контроль его выполнения, оценивать коммерческую эффективность мероприятий, применять методы управления рисками в выставочном бизнесе

7 семестр

30. Какой метод управления рисками наиболее применим для риска отказа организатора от аренды в последний момент?

- а) Полное игнорирование риска
- б) Снижение цены аренды до нуля
- в) Передача риска страховой компании (страхование отмены мероприятия) и включение штрафных санкций в договор**
- г) Увольнение менеджера по продажам

31. Соотнесите тип риска при проведении мероприятия на КВП и способ его минимизации (бюджетирование и контроль):

Риск	Способ минимизации
1. Сбой электричества	А. Резервный генератор в затратах на обеспечение
2. Травма посетителя	Б. Страховка ответственности и медпункт (включено в бюджет)
3. Пожар	В. Договор с МЧС и регулярные учения

Ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

32. Верно ли, что контроль выполнения бюджета КВП включает только сравнение плановых и фактических доходов, а расходы можно не контролировать?

Ответ: Неверно

8 семестр

33. Что из перечисленного является обязательным элементом бюджета подготовки КВП к крупной выставке?

- а) Закупка новой мебели в офис директора
- б) Предпусковая техническая проверка (инженерных систем, пожарной сигнализации, интернета) – статья «Предмероприятийный контроль»**

- в) Ремонт фасада здания
- г) Оплата штрафов прошлого года

34. Назовите три типовых риска, связанных с человеческим фактором при эксплуатации КВП, и краткий способ их контроля.

Ответ: Ошибка персонала при монтаже – чек-листы; опоздание сотрудников – график ответственных; конфликт с посетителем – инструктаж

35. Соотнесите вид безопасности и типовую статью расходов в бюджете КВП:

Вид безопасности	Статья расходов
1. Пожарная безопасность	А. Охрана на входе, видеонаблюдение
2. Физическая безопасность (доступ)	Б. Обслуживание систем дымоудаления
3. Информационная безопасность	В. Антивирусное ПО и защита Wi-Fi

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

36. При оценке коммерческой эффективности мероприятия (выставки) на КВП показатель ROI (Return on Investment) для самой площадки рассчитывается как:

а) (Выручка от аренды – Прямые расходы) / Прямые расходы × 100%

б) (Количество посетителей – Количество стендов) × Цена билета

в) Доход от платной парковки × 0,5

г) Сумма штрафов с экспонентов

37. Опишите алгоритм действий менеджера КВП при обнаружении превышения бюджета на 15% за счёт непредвиденного ремонта оборудования за 2 дня до мероприятия (управление рисками и контроль бюджета).

Пример алгоритма: 1) Зафиксировать факт перерасхода (акт дефектовки). 2) Оценить возможность переноса ремонта после мероприятия (временный костыль). 3) Если ремонт критичен – использовать резервный фонд (если был заложен) или инициировать экстренное согласование с руководством. 4) Уведомить организатора мероприятия о возможных изменениях. 5) После мероприятия – анализ причины и корректировка бюджета будущих периодов (пополнение резерва)

Компетенция: ПК-3. Способен организовывать совместную работу с ключевыми партнерами выставочных и событийных мероприятий всех уровней

ПК-3.1 Осуществляет заключение соглашений о сотрудничестве с ключевыми партнерами в сфере продвижения торгово-промышленной выставки, конгрессно-выставочной площадки, событийных мероприятий, в том числе, с крупными национальными, зарубежными или международными организациями

7 семестр

38. При заключении соглашения о сотрудничестве с международной ассоциацией РСО, какой пункт является критически важным для долгосрочного партнёрства для КВП?

а) Цвет фирменного стиля ассоциации

б) Эксклюзивное право на приоритетное бронирование залов в высокий сезон и фиксация ставок на 3 года

в) Обязательство кормить сотрудников ассоциации бесплатными обедами

г) Запрет на проведение любых других мероприятий в дни конгресса

39. Соотнесите тип партнёра КВП и цель соглашения о сотрудничестве:

Партнёр

1. Национальный конгресс-бюро международных выставках MICE
2. Крупная выставочная компания (организатор) ротационных мероприятий на площадке
3. Авиакомпания-партнёр

Цель соглашения

- А. Совместное продвижение площадки на
- Б. Регулярное проведение
- В. Скидки на билеты для участников мероприятий КВП

Ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

40. Верно ли, что при заключении соглашения с зарубежной организацией достаточно устной договорённости, а письменный контракт не обязателен?

Ответ: Неверно

8 семестр

41. Какой новый тип партнёров появился у КВП в связи с трендом на гибридные мероприятия?

- а) **Платформы для онлайн-трансляций и провайдеры виртуальных стендов**
- б) Поставщики дров для каминов
- в) Фермеры, поставляющие декор из сена
- г) Ателье по пошиву бейджей

42. Назовите два ключевых документа, которые должны быть подписаны с партнёром при заключении соглашения о сотрудничестве (помимо основного договора).

Ответ: Протокол согласования прав и обязанностей, приложение с перечнем услуг и цены, медиа-план

ПК-3.2 Умеет осуществлять контроль соблюдения согласованных условий сотрудничества со спонсорами торгово-промышленной выставки, конгрессно-выставочной площадки, событийных мероприятий в ходе их подготовки и проведения

7 семестр

43. Спонсор конгресса требует разместить его рекламный ролик на всех экранах КВП. В соглашении указано «размещение на двух главных экранах в холле». Как должен поступить менеджер КВП?

- а) Разместить везде без вопросов
- б) **Отказать, сославшись на буквальное исполнение договора, но предложить доп. соглашение за дополнительную плату**
- в) Убрать всех других спонсоров
- г) Заменить ролик на логотип конкурента спонсора

44. Верно ли, что контроль соблюдения условий сотрудничества со спонсорами осуществляется только до начала мероприятия?

Ответ: Неверно

45. Соотнесите нарушение условий спонсорского соглашения и действие менеджера КВП:

Нарушение

1. Спонсор установил стенд больше оговорённой площади и фиксация в акте осмотра

Действие

- А. Устное предупреждение

2. Спонсор проводит несогласованную промоакцию с раздачей еды

Б. Выставление штрафа согласно договору и демонтаж

3. Спонсор заклеил указатели навигации своим плакатом

В. Немедленная остановка акции, вызов службы безопасности

46. Назовите три формы контроля выполнения спонсорских обязательств во время проведения мероприятия.

Ответ: 1-Б, 2-В, 3-А

8 семестр

47. Спонсор нарушил правила пожарной безопасности, перегрузив розетки на стенде. Ваши действия согласно контролю соблюдения условий?

а) Игнорировать

б) Зафиксировать нарушение в акте, потребовать устранения, при повторном нарушении – отключить электричество на стенде

в) Позвать полицию

г) Попросить спонсора дать взятку

48. В процессе подготовки КВП к крупной выставке спонсор уровня «Генеральный партнёр» потребовал разместить свой баннер на центральном фасаде здания за 3 дня до открытия, хотя по договору размещение начинается за 1 день до мероприятия. Как менеджер КВП должен осуществить контроль соблюдения условий в данной ситуации?

а) Отказать, сославшись на пункт договора, и предложить официальное доп. соглашение с дополнительной платой за ранний монтаж

б) Немедленно разместить баннер, чтобы не испортить отношения

в) Разрешить размещение, но без оформления документов

г) Переместить баннер конкурента на другое место

49. Во время проведения мероприятия спонсор установил в своем стендовом пространстве дополнительное звуковое оборудование, создающее уровень шума, превышающий согласованные в договоре нормы (85 дБ вместо разрешённых 65 дБ). К тому же оборудование блокирует проход к пожарному выходу. Каков алгоритм контроля соблюдения условий со стороны менеджера КВП?

а) Разрешить работу оборудования ради сохранения спонсорского бюджета

б) Сделать устное замечание, но не фиксировать

в) Зафиксировать нарушение в акте (фото, замер шума), потребовать немедленного устранения (уменьшение громкости и освобождение прохода), при отказе – обратиться к службе безопасности для приостановки работы стенда согласно договору

г) Вызвать полицию для задержания сотрудников спонсора

ПК-3.3. Владеет технологиями ведения переговоров и эффективной работы со спонсорами, технологиями формирования пакетов услуг для партнеров и спонсоров

7 семестр

50. При формировании пакета услуг для спонсора «Платиновый уровень» на выставке, что должно быть включено в первую очередь?

- а) Бесплатный кофе для всех сотрудников спонсора
- б) Эксклюзивное право на приветственное слово на пленарном заседании, размещение логотипа на всех носителях и отдельный переговорный зал**
- в) Парковка для велосипедов
- г) Сувениры с логотипом КВП

51. Соотнесите этап переговоров со спонсором и технологию/приём:

Этап

Техника

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1. Выявление потребностей спонсора | А. «Если мы включим дополнительный экран, то вы увеличиваете бюджет на 15%» |
| 2. Торг по цене пакета | Б. «Какие бизнес-задачи вы хотите решить через участие?» |
| 3. Закрытие возражений | В. Метод «Да, но...» или ссылка на ROI прошлых мероприятий |

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

52. Верно ли, что в переговорах со спонсором менеджер КВП должен сразу называть самую низкую цену, чтобы не распугать клиента?

Ответ: Неверно

8 семестр

53. Какой метод ведения переговоров наиболее эффективен, когда спонсор просит эксклюзивные права, которые уже проданы другому?

- а) Грубый отказ
- б) Соккрытие информации
- в) Метод «компромиссного пакета»: предложить другую эксклюзивную опцию (например, брендирование зоны регистрации или кофе-брейка)**
- г) Разорвать договор с первым спонсором

54. Назовите три ключевых элемента, которые должны быть в составе спонсорского пакета «Official Partner» конгрессно-выставочной площадки.

Ответ: Размещение логотипа на сайте и билетах, приветственное слово, отдельный стенд/зона

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

7 семестр

55. При контрольном осмотре КВП за 2 дня до мероприятия вы обнаружили, что подрядчик организатора начал монтаж без разрешения на проведение огневых работ. Ваше действие?

- а) Немедленно остановить работы, составить акт, уведомить организатора в письменной форме**
- б) Разрешить продолжить, чтобы не срывать сроки
- в) Позвать пожарных
- г) Ничего не делать

56. Верно ли, что контроль выполнения плана реализации мероприятия на КВП включает проверку соблюдения графика заезда и выезда экспонентов?

Ответ: Верно

8 семестр

57. Соотнесите подрядчика и документ, подтверждающий выполнение работ, который должен проконтролировать менеджер КВП:

Подрядчик

- 1. Клининговая компания
- 2. Технический подрядчик (звук/свет)
- 3. Охранная организация

Документ контроля

- А. Акт приёмки генеральной уборки
- Б. Протокол проверки оборудования и балансировки колонок
- В. Журнал расстановки постов и отчёт по рамкам

Ответ: 1-А, 2-Б, 3- В

58. Назовите три обязательных отчёта, которые менеджер КВП должен получить от служб площадки после завершения мероприятия.

Ответ: отчёт службы безопасности, акт клининга, отчёт технической службы, финансовая сводка

59. При контроле выполнения договора с охранной организацией, какой параметр является критическим?

- а) Цвет формы охраны
- б) Количество сотрудников на постах согласно схеме и наличие журнала инструктажей**
- в) Рост охранников
- г) Наличие собак

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

7 семестр

60. При распределении задач между командами КВП и организатора мероприятия, кто должен отвечать за установку навигационных указателей внутри залов?

- а) Организатор
- б) Служба уборки КВП
- в) Бухгалтерия КВП
- г) Спонсоры

61. Назовите пять ролей в команде КВП, которые обязательно должны быть задействованы при проведении многодневной выставки с параллельными конгресс-сессиями.

Ответ: Шеф-администратор, технический директор, менеджер по работе с экспонентами, пресс-атташе, координатор волонтеров

62. Распределите зоны ответственности между членами команды КВП во время выставки:

Задача

Ответственный

- | | |
|---|-------------------------------------|
| 1. Решение конфликта с посетителем на входе | А. Менеджер по логистике |
| 2. Срочная подача дополнительной розетки экспоненту | Б. Руководитель службы безопасности |
| 3. Коммуникация со СМИ по поводу инцидента | В. PR-менеджер |

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

8 семестр

63. Соотнесите новую современную роль в команде КВП и её функцию:

Роль

Функция

- | | |
|---------------------------|---|
| 1. Event Data Analyst | А. Управление гибридной трансляцией |
| 2. Virtual Event Producer | Б. Анализ BI-данных по эффективности мероприятия |
| 3. Sustainability Manager | В. Контроль раздельного сбора отходов и углеродного следа |

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

64. Верно ли, что при формировании команды на крупное мероприятие роль «координатора по работе с волонтерами» является избыточной и может быть возложена на технического продюсера?

Ответ: Неверно.

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

7 семестр

65. Представитель госоргана (пожарный надзор) требует отключить электричество на стенде экспонента из-за нарушения. Экспонент возмущён и отказывается. Ваш алгоритм как менеджера КВП?

- а) Поддержать экспонента против госоргана
- б) Предложить госоргану взятку
- в) Объяснить экспоненту, что требование законно, дать 10 минут на устранение, иначе отключение с составлением акта. Предложить помощь техслужбы КВП за плату.**
- г) Закрыть всё мероприятие

66. Верно ли, что любой спор с организатором мероприятия решается только через суд, не допуская медиации на площадке?

Ответ: Неверно

8 семестр

67. Соотнесите конфликтную ситуацию и метод её урегулирования:

Ситуация	Метод
1. Драка между двумя экспонентами	А. Медиация с участием администратора и разведение по разным зонам
2. Спонсор угрожает расторгнуть договор из-за ошибки в логотипе	Б. Вызов охраны, фиксация, удаление нарушителей
3. Посетитель требует вернуть билет из-за плохого кофе	В. Извинения, предложение комплимента (бонус на будущее)

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

68. Опишите алгоритм урегулирования разногласия с подрядчиком кейтеринга, который не вышел на смену в обеденный пик (менеджер КВП – контроль договора).

Пример алгоритма: 1) Фиксация факта отсутствия; 2) Активация резервного поставщика или силами КВП; 3) Составление акта о нарушении; 4) Претензионное письмо после мероприятия; 5) Корректировка оплаты согласно договору (штраф).

69. При возникновении спора о повреждении имущества КВП (разбитое стекло) экспонент отказывается подписывать акт. Какое действие соответствует?

- а) Задержать экспонента до оплаты
- б) Составить односторонний акт с фото/видео фиксацией, подписанный двумя свидетелями, и выставить счёт согласно договору**
- в) Отпустить экспонента без последствий
- г) Позвать полицию для ареста