

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.04.2025 14:40:29
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c5ce/bb8a25c0babb55e0e58

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

Кафедра гостеприимства и международных бизнес-коммуникаций

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ
И ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис
Направленность (профиль): Продюсирование и маркетинг мероприятий
Квалификация выпускника: Бакалавр
Год набора – 2025

Автор-составитель: Кремлева В.Г.

Челябинск 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	3
2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	4
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	4
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	11

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

Процесс изучения дисциплины «Организация международных мероприятий и деловой туризм» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
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

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенций
1.	ПК-3	Способен организовывать совместную работу с ключевыми партнерами выставочных и событийных мероприятий всех уровней	<i>1 Этап - знать:</i> ПК-3.1. процедуру заключения 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
			<i>2 Этап - уметь:</i> ПК-3.2. осуществлять контроль соблюдения согласованных условий сотрудничества со спонсорами торгово-промышленной выставки, конгрессно-выставочной площадки, событийных мероприятий в ходе их подготовки и проведения
			<i>3 Этап - владеть:</i> ПК-3.3. технологиями ведения переговоров и эффективной работы со спонсорами, технологиями формирования пакетов услуг для партнеров и спонсоров

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

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Критерии оценивания компетенций на различных этапах формирования	Шкала оценивания
1.	ПК-3	Способен организовывать совместную работу с ключевыми партнерами выставочных и событийных мероприятий всех уровней	<p><i>1 Этап - знать:</i> ПК-3.1. процедуру заключения 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</p> <p><i>2 Этап - уметь:</i> ПК-3.2. осуществлять контроль соблюдения согласованных условий сотрудничества со спонсорами торгово-промышленной выставки, конгрессно-выставочной площадки, событийных мероприятий в ходе их подготовки и проведения</p> <p><i>3 Этап - владеть:</i> ПК-3.3. технологиями ведения переговоров и эффективной работы со спонсорами, технологиями формирования пакетов услуг для партнеров и спонсоров</p>	<p>Зачет: Оценка «Зачтено»: выставляется студенту, если он справился с тестом. Работа удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 21 - 72 баллов.</p> <p>Оценка «Не зачтено» выставляется студенту, если он не справился с тестом. Работа не удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 20 баллов и ниже.</p>

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

1 ЭТАП – ЗНАТЬ

Вопросы к семинару для устного опроса

Раздел 1 Место делового туризма в системе специальных видов туризма. Особенности работы с деловыми туристами.

Тема 1.1. Теоретические основы делового туризма. Основы проектирования туров. Нормативно-правовое регулирование делового туризма.

1. Теоретические основы делового туризма:

– Дайте определение делового туризма. Чем он отличается от других видов туризма?

– Назовите основные виды делового туризма (MICE-индустрия). Охарактеризуйте каждый из них.

– Каковы ключевые мотивации участников деловых поездок?

– Какие факторы влияют на развитие делового туризма в мире и России?

– Опишите структуру и участников рынка делового туризма.

2. Основы проектирования туров в деловом туризме:

– Каковы особенности организации деловых туров по сравнению с рекреационными?

– Назовите основные этапы проектирования делового тура.

– Какие документы необходимы для оформления деловой поездки?

– Какие особенности имеет логистика в деловом туризме (транспорт, размещение, питание)?

– Какую роль играют event-агентства и конгресс-бюро в организации деловых мероприятий?

3. Нормативно-правовое регулирование делового туризма:

– Какие законы и нормативные акты регулируют деловой туризм в России?

– Каковы особенности визового оформления для деловых поездок?

– Как регулируется страхование в деловом туризме?

– Какие налоговые аспекты учитываются при организации деловых поездок?

– Каковы особенности таможенного регулирования при перевозке оборудования и материалов для бизнес-мероприятий?

Тема 1.2. Тенденции развития делового туризма в России и за рубежом. Профессиональные ассоциации рынка делового туризма.

1. Практические аспекты и современные тенденции:

– Какие технологии используются в организации делового туризма (CRM, онлайн-платформы, мобильные приложения)?

– Как пандемия COVID-19 повлияла на развитие делового туризма?

– Какие тренды наблюдаются в сфере MICE-индустрии?

– Каковы особенности организации гибридных и виртуальных деловых мероприятий?

– Как оценивается экономическая эффективность делового тура?

2. Общие вопросы о профессиональных ассоциациях:

– Что такое профессиональные ассоциации в сфере делового туризма? Каковы их основные цели и задачи?

– Какие глобальные ассоциации делового туризма вы знаете? (Например, GBTA, IATA, ICCA, SITE, MPI).

– Какую роль играют профессиональные ассоциации в развитии индустрии делового туризма?

– 3. Функции и деятельность ассоциаций:

– Какие услуги предоставляют ассоциации делового туризма своим членам?

– Как ассоциации способствуют стандартизации и повышению качества услуг в индустрии?

– Какие образовательные и сертификационные программы предлагают ассоциации? (Например, CMP, CMM, CIS).

Тема 1.3. Технология взаимодействия с поставщиками услуг делового туризма. Порядок взаимодействия с деловыми туристами при организации международных мероприятий. Функционирование DMC-компаний.

1. Технология взаимодействия с поставщиками услуг делового туризма

– Каковы основные этапы взаимодействия с поставщиками услуг в деловом туризме?

– Какие критерии выбора поставщиков услуг (отели, транспортные компании, конгресс-центры) наиболее важны?

– Какова роль договорных отношений в работе с поставщиками услуг делового туризма?

– Какие современные цифровые инструменты используются для взаимодействия с поставщиками (GDS, CRM, TMC-системы)?

– Как оценивается качество услуг поставщиков и какие методы контроля применяются?

2. Порядок взаимодействия с деловыми туристами при организации международных мероприятий

– Каковы ключевые этапы организации международного делового мероприятия (конференции, выставки, инсентив-тура)?

– Как учитываются особенности культурных и деловых традиций разных стран при работе с иностранными участниками?

– Какие документы необходимы для оформления деловых поездок (визы, страховки, приглашения)?

– Как организовать логистику для участников международного мероприятия (трансферы, размещение, питание)?

3. Функционирование DMC-компаний

– Каковы основные функции DMC-компаний (Destination Management Company) в деловом туризме?

– Чем отличается DMC от традиционного туроператора или TMC (Travel Management Company)?

– Какие услуги DMC наиболее востребованы при организации MICE-мероприятий?

– Как DMC взаимодействует с локальными поставщиками услуг в принимающей стране?

– Какие тенденции развития DMC-рынка наблюдаются в современных условиях?

Раздел 2. Технология организации и особенности сопровождения международных мероприятий.

Тема 2.1. Технология и особенности организации и проведения международных мероприятий. Сопровождение международных мероприятий.

1. Общие вопросы организации международных мероприятий

– Каковы основные этапы организации международного мероприятия?

– В чем специфика международных мероприятий по сравнению с национальными?

– Какие факторы влияют на выбор страны и города для проведения международного мероприятия?

– Какие ключевые документы необходимы для организации международного мероприятия?

2. Планирование и подготовка

– Как формируется организационный комитет международного мероприятия? Каковы его функции?

– Какие технологии используются для планирования и управления международными мероприятиями?

- Как определить целевую аудиторию и формат мероприятия (конгресс, форум, выставка и т. д.)?

- Каковы особенности составления бюджета международного мероприятия?

3. Логистика и инфраструктура

- Какие логистические аспекты наиболее важны при организации международного мероприятия?

- Как выбрать площадку (конгресс-центр, отель, выставочный зал) для международного мероприятия?

- Каковы особенности организации трансфера, размещения и питания для иностранных участников?

- Какие технические требования (аудио-, видео-, переводческое оборудование) необходимо учитывать?

- 4. Правовые и визовые вопросы

- Какие правовые аспекты необходимо учитывать при организации международного мероприятия?

- Как организовать визовую поддержку для участников из разных стран?

- Какие таможенные правила могут повлиять на проведение выставок и перевозку экспонатов?

Тема 2.2. Виды и специфика формирования программ инсентив туров. Проектирование инсентив туров.

1. Понятие и особенности инсентив-туров

- Дайте определение инсентив-туризма. Чем он отличается от других видов делового туризма (MICE)?

- Каковы основные цели и задачи инсентив-программ?

- Назовите ключевые мотивационные факторы для участников инсентив-туров.

2. Виды инсентив-туров

- Какие существуют виды инсентив-туров (по целям, составу участников, продолжительности)?

- В чем особенности корпоративных инсентив-программ?

- Как дифференцируются инсентив-туры для топ-менеджеров и рядовых сотрудников?

3. Специфика формирования инсентив-программ

- Каковы основные этапы разработки инсентив-тура?

- Как выбирается направление и формат поездки (активный отдых, эксклюзивные мероприятия и т. д.)?

- Какие факторы учитываются при проектировании программы (бюджет, сезонность, безопасность)?

4. Проектирование инсентив-туров

- Какие элементы включаются в программу инсентив-тура (тимбилдинг, экскурсии, гастрономические мероприятия)?

- Какова роль event-агентств и DMC (Destination Management Company) в организации инсентив-туров?

- Какие современные тренды влияют на проектирование инсентив-программ (устойчивый туризм, digital-инструменты)?

2 ЭТАП – УМЕТЬ

При подготовке презентации/проекта пользуйтесь лекционным материалом, основной и дополнительной литературой по дисциплине. Тема презентации/проекта должна соответствовать предложенной теме из списка. Длительность сообщения – 5-7 минут.

Количество слайдов 8-10.

Темы презентаций

1. Основы проектирования туров.
2. Специфика профессиональных ассоциаций.
3. Эффективные коммуникационные каналы для взаимодействия с деловыми туристами.
4. Коммуникация и маркетинг: эффективные каналы продвижения для привлечения международной аудитории.
5. Культурные и языковые особенности: учет культурных различий при организации международного мероприятия.

Тема для проекта

Практические аспекты организации инсентив-туров:

- Какие ошибки чаще всего допускаются при планировании инсентив-туров?
- Как оценивается эффективность инсентив-программы?
- Приведите примеры успешных инсентив-туров в разных странах.

3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ

Задание на зачет, 6 семестр

Зачет по дисциплине проходит в форме тестирования с целью проверки усвоения знаний по завершении 6 семестра.

Итоговый тест

Тест включает вопросы с выбором одного правильного ответа.

К тесту прилагаются ответы.

Требования к тесту:

- Длительность: 90 минут

Критерии оценки:

- За каждый правильный ответ — 1 балл
- Максимальный балл — 72

Оценки:

- Зачтено – 21-72 балла
- Незачтено 0-20 баллов

Задание: Выберите ОДИН правильный ответ.

1. Что означает аббревиатура MICE?

- а) Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions
- б) Meetings, Incentives, Conventions, Events
- в) Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions
- г) Management, Incentives, Conventions, Exhibitions

2. Какой из перечисленных элементов НЕ относится к MICE-индустрии?

- а) Корпоративные тренинги
- б) Деловые конференции
- б) Свадебные туры
- г) Выставочные мероприятия

3. Какой вид делового туризма предполагает поездки сотрудников за счет компании в качестве поощрения?

- а) Конгресс-туризм
- б) Инсентив-туризм
- в) Выставочный туризм
- г) Корпоративный туризм

4. Какой международный орган отвечает за стандартизацию в индустрии мероприятий?

- а) ICCA (International Congress and Convention Association)
- б) IATA (International Air Transport Association)
- в) UNWTO (World Tourism Organization)
- г) MPI (Meeting Professionals International)

5. Какой фактор наиболее важен при выборе места проведения международного мероприятия?

- а) Наличие развлекательных заведений
- б) Доступность транспортной инфраструктуры
- в) Местная кухня
- г) Климатические условия

6. Какой тип мероприятия предполагает обсуждение профессиональных тем с участием экспертов?

- а) Инсентив-поездка
- б) Конференция
- в) Выставка
- г) Корпоратив

7. Какой документ является ключевым при организации международного делового мероприятия?

- а) Договор с отелем
- б) Программа мероприятия
- в) Инвойс
- г) Все перечисленные

8. Какой тренд в MICE-индустрии усилился после пандемии COVID-19?

- а) Увеличение офлайн-мероприятий
- б) Рост гибридных форматов (онлайн + офлайн)
- в) Отказ от цифровых технологий
- г) Сокращение числа международных событий

9. Какой показатель используется для оценки экономического эффекта от MICE-мероприятий?

- а) ROI (Return on Investment)
- б) Количество участников
- в) Средний чек на питание
- г) Все перечисленные

10. Что такое "fam-trip" в MICE-индустрии?

- а) Поездка для ознакомления с инфраструктурой мероприятия
- б) Семейный тур для сотрудников
- в) Бюджетное мероприятие
- г) Способ продвижения туристического направления

11. Инсентив-туры – это:

- а) Туры с целью лечения и оздоровления
- б) Туры, направленные на поощрение сотрудников или партнеров компании
- в) Туры для индивидуальных путешественников
- г) Туры с образовательными целями

12. Основная цель инсентив-туров:

- а) Получение новых знаний
- б) Повышение лояльности и мотивации сотрудников или клиентов
- в) Лечение хронических заболеваний
- г) Посещение исторических достопримечательностей

13. Какой из перечисленных видов НЕ относится к инсентив-турам?

- а) Корпоративные поездки за высокие показатели в работе
- б) Награждение лучших клиентов компании путешествием
- в) Групповой экскурсионный тур по Европе
- г) Мотивационная поездка для партнеров компании

14. Ключевые факторы при проектировании инсентив-тура:

- а) Низкая стоимость и простота организации
- б) Индивидуальность программы, высокий уровень сервиса, эксклюзивность
- в) Массовость и стандартный набор услуг
- г) Краткость программы (1-2 дня)

15. Какой элемент чаще всего включается в программу инсентив-тура?

- а) Стандартные экскурсии
- б) Деловые семинары и тренинги
- в) Тимбилдинг, гала-ужины, VIP-развлечения
- г) Самостоятельное изучение города

16. Какая продолжительность инсентив-туров считается оптимальной?

- а) 1-2 дня
- б) 3-7 дней
- в) 10-14 дней
- г) Более месяца

17. Какой вид инсентив-тура предполагает совмещение поощрительного отдыха с деловой программой?

- а) Классический инсентив
- б) Инсентив + конференция
- в) Adventure-инсентив
- г) Wellness-инсентив

18. Какой из перечисленных направлений чаще всего выбирают для инсентив-туров?

- а) Крупные бизнес-центры с дешевыми отелями
- б) Курортные и экзотические места с высококлассным сервисом
- в) Небольшие города с ограниченной инфраструктурой
- г) Удаленные места с дикой природой

Итого: 72 балла

Ответы:

1. **а** (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions)
2. **в** (Свадебные туры)
3. **б** (Инсентив-туризм)
4. **а** (ICCA)
5. **б** (Доступность транспортной инфраструктуры)
6. **б** (Конференция)
7. **г** (Все перечисленные)
8. **б** (Рост гибридных форматов)
9. **г** (Все перечисленные)
10. **а** (Поездка для ознакомления с инфраструктурой)
11. **б**
12. **б**
13. **в**
14. **б**
15. **в**
16. **б**
17. **б**
18. **б**

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

1 ЭТАП – ЗНАТЬ

Критерии оценивания устного ответа на семинарском занятии

«Отлично» – студент отлично владеет изученным материалом; демонстрирует глубокую осведомленность о проблемах, поднятых в обсуждаемой теме; свободно и адекватно реагирует на вопросы и реплики преподавателя и других участников дискуссии; убедительно доказывает свою точку зрения; приводит достаточное количество соответствующих примеров

«Хорошо» – студент хорошо владеет изученным материалом; демонстрирует осведомленность о проблемах, поднятых в обсуждаемой теме; адекватно реагирует на вопросы и реплики преподавателя и других участников дискуссии; может доказать свою точку зрения; приводит достаточное количество соответствующих примеров

«Удовлетворительно» – студент демонстрирует поверхностное владение изученным материалом; не на все вопросы преподавателя и участников семинара реагирует правильно; приводит аргументы в доказательство своей точки зрения и соответствующие примеры

«Неудовлетворительно» – студент не знает основного материала, не ориентируется в теме, не может ответить на вопросы преподавателя и участников семинара; не может привести примеры.

2 ЭТАП – УМЕТЬ

Критерии оценивания презентации

«Отлично» – студентом тщательно проработана тема презентации, отлично владеет фактическим материалом; способен свободно выражать свои мысли; речь сопровождается слайдами, демонстрирующими владение навыками работы с компьютером; студент свободно владеет профессиональными терминами; уверенно отвечает на вопросы аудитории; демонстрирует высокий уровень сформированности профессиональных компетенций.

«Хорошо» – студент проработал тему презентации; хорошо владеет профессиональными терминами, правильно отвечает на большую часть вопросов аудитории; содержание высказывания соответствует теме; речь сопровождается слайдами; студент демонстрирует средний уровень сформированности профессиональных компетенций.

«Удовлетворительно» – неполно проработана тема презентации; студент неуверенно отвечает на вопросы аудитории; содержание высказывания соответствует теме презентации, дополнительная поддержка (слайды, музыка, видео) не всегда отвечает высказываемой мысли; студент демонстрирует пороговый уровень сформированности профессиональных компетенций.

«Неудовлетворительно» – студентом не проработана тема презентации; не знает фактического материала и основной профессиональной терминологии; не может адекватно ответить на вопросы.

Критерии оценивания проекта

«Отлично» ставится, если студент определяет и четко описывает цели своего проекта; дает последовательное и полное описание методов и приёмов для достижения этих целей; структура проекта отражает логику и последовательность работы; проект содержит

достаточное количество относящейся к делу информации и ссылок на различные источники; студент демонстрирует понимание общих перспектив; эффективно использует средства для создания итогового продукта высокого качества.

«Хорошо» ставится, если студент определяет и описывает цели своего проекта; дает последовательное описание методов и приёмов для достижения этих целей; структура проекта отражает логику и последовательность работы; проект содержит достаточное количество относящейся к делу информации и ссылок на различные источники; студент демонстрирует понимание общих перспектив; эффективно использует средства для создания итогового продукта.

«Удовлетворительно» ставится, если студент определяет, но нечетко описывает цели своего проекта; дает неполное описание методов и приёмов для достижения этих целей; структура проекта не всегда отражает логику и последовательность работы; проект содержит неполное количество относящейся к делу информации и ссылок на различные источники; студент демонстрирует понимание общих перспектив.

«Неудовлетворительно» ставится, если студент затрудняется в определении целей проекта; дает неполное описание методов и приёмов для достижения этих целей; структура проекта не отражает логику и последовательность работы; проект не содержит необходимое количество относящейся к делу информации и ссылок на различные источники; студент не демонстрирует понимание общих перспектив.

3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ

Зачет по дисциплине

Критерии оценки:

«Зачтено» выставляется студенту, если он справился с тестом. Работа удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 21 - 72 баллов.

«Не зачтено» выставляется студенту, если он не справился с тестом. Работа не удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 20 баллов и ниже.