

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.07.2023 10:34:27
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

**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.О.23 ПРОДЮСИРОВАНИЕ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): Продюсирование и маркетинг мероприятий

Квалификация выпускника: Бакалавр

Процесс изучения дисциплины «Продюсирование событийных мероприятий» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
ОПК-3. Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК-3.1. Оценивает качество оказания услуг в сервисе на основе клиентоориентированных технологий
	ОПК-3.2. Обеспечивает требуемое качество процессов оказания услуг в сервисе в соответствии с международными и национальными стандартами; обеспечивает оказание услуг в соответствии с заявленным качеством
	ОПК-3.3. Организует оценку качества оказания услуг учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон
ОПК-6. Способен применять в профессиональной деятельности нормативные правовые акты в сфере сервиса	ОПК-6.1. Осуществляет поиск и применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной сфере
	ОПК-6.2. Соблюдает законодательство Российской Федерации о предоставлении услуг в сфере сервиса, а также обеспечивает документооборот в соответствии нормативными требованиями
	ОПК-6.3. Обоснованно применяет нормативно правовую документацию в области своей профессиональной деятельности.
ОПК-7. Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	ОПК-7.1. Знает требования безопасного обслуживания, охраны труда и техники безопасности
	ОПК-7.2. Обеспечивает соблюдение требований безопасного обслуживания, охраны труда и техники безопасности
	ОПК-7.3. Соблюдает положения нормативно-правовых актов, регулирующих охрану труда и технику безопасности
ПК-8. Осуществляет продюсирование событийных мероприятий	ПК-8.1 Осуществляет разработку идеи и креативной концепции, конгрессно-выставочных и событийных мероприятий.
	ПК-8.2 Подготавливает площадку для проведения конгрессно-выставочных и событийных мероприятий, обеспечивает техническую поддержку мероприятий
	ПК-8.3 Контролирует и координирует работу всех специалистов, управляет бюджетом конгрессно-выставочных и событийных мероприятий

Компетенция: ОПК-3. Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности

ОПК-3.1. Оценивает качество оказания услуг в сервисе на основе клиентоориентированных технологий

1 семестр

1. Что является основной задачей продюсера при организации мероприятия?

а) Концептуальное планирование, управление ресурсами и координация участников

б) Только финансовое планирование

в) Только работа с подрядчиками

2. Какое влияние оказывает качественное продюсирование на мероприятие?

а) Только финансовая эффективность

б) Создание уникального опыта для аудитории и достижение целей, эффективное использование ресурсов

в) Только организационные моменты

3. Какой этап является завершающим в продюсировании?

а) Реализация и координация

б) Подведение итогов и анализ

в) Планирование бюджета

4. Какие данные необходимы для исследования рынка?

а) Только статистические показатели

б) Тенденции, потребности, конкурентные преимущества

в) Только демографические данные

5. Для чего проводится анализ рисков при исследовании рынка?

а) Только для финансовой оценки

б) Для оценки потенциальных угроз и возможностей

в) Только для выбора площадки

2 семестр

6. Какие элементы включает в себя реализация мероприятия?

Ответ: координация команды, управление временем, контроль качества, решение проблем и форс-мажорных ситуаций.

7. Что такое координация в процессе реализации мероприятия?

а) Только управление финансами

б) Управление командой и временными ресурсами

в) Только работа с площадкой

8. Какие основные вызовы встречаются продюсерам при организации мероприятий?

а) Только финансовые ограничения

б) Только технические проблемы

в) Временные рамки, бюджет, непредвиденные ситуации, технические проблемы

9. Какой метод оценки качества сервиса наиболее эффективен для выявления «болей» гостя непосредственно во время мероприятия?

а) CSI (Customer Satisfaction Index) — экспресс-опрос на выходе

б) SWOT-анализ

в) Анализ финансовой отчетности

3 семестр

10. При разработке маркетинговой стратегии использование технологии «СJM» (Customer Journey Map — карта пути клиента) позволяет продюсеру:

а) Определить точки контакта с посетителем и оценить качество сервиса на каждом этапе взаимодействия с событием.

б) Рассчитать точную стоимость аренды звукового оборудования.

в) Выбрать наиболее дешевый типографский шрифт для афиш.

11. В контексте привлечения аудитории, какой метод оценки качества сервиса считается наиболее клиентоориентированным?

а) Сплошной контроль наличия билетов на входе.

б) Анализ тональности отзывов и скорости реакции службы поддержки на вопросы потенциальных зрителей в социальных сетях.

в) Сравнение цен на билеты с мероприятиями конкурентов.

4 семестр

12. При оценке качества сценического оформления и дизайна, клиентоориентированный подход подразумевает в первую очередь:

а) Использование самых дорогих светодиодных экранов.

б) Соответствие дизайна эстетическим предпочтениям продюсера.

в) Учет визуального комфорта и видимости сцены из любой точки зрительного зала.

13. Использование технологии «Feedback Loops» (петель обратной связи) в процессе оценки эффективности необходимо для:

а) Оперативного исправления сервисных ошибок в ходе многодневного мероприятия на основе жалоб гостей.

б) Автоматического выключения аудиовизуального оборудования.

в) Заполнения отчетной документации для налоговых органов.

ОПК-3.2. Обеспечивает требуемое качество процессов оказания услуг в сервисе в соответствии с международными и национальными стандартами; обеспечивает оказание услуг в соответствии с заявленным качеством

1 семестр

14. Какой международный стандарт серии ISO чаще всего используется для создания систем менеджмента качества в событийной индустрии?

а) ISO 9001

б) ISO 14001

в) ISO 45001

15. Что является определяющим фактором «заявленного качества» мероприятия согласно национальным стандартам (ГОСТ Р)?

а) Соответствие ожиданиям спонсоров

б) Соответствие комплекса услуг программе мероприятия и договору с заказчиком

в) Минимально возможная стоимость билета

16. К какому этапу продюсирования относится обеспечение соответствия услуг национальным стандартам сервиса?

а) Инициация идеи

б) Реализация (проведение) и контроль качества

в) Выбор площадки

2 семестр

17. При работе с подрядчиками (кейтеринг) продюсер требует соблюдения стандарта ХАССП. Это обеспечивает:

а) Гарантию безопасности и качества пищевой продукции

б) Минимизацию затрат на логистику

в) Увеличение скорости подачи блюд

18. Соответствие уровня звукового оборудования заявленному в райдере артиста — это:

а) Экономия бюджета

б) Дополнительный бонус для клиента

в) Обеспечение качества услуги в соответствии с договором

3 семестр

19. Какой документ в РФ устанавливает общие требования к услугам по организации и постановке зрелищных мероприятий?

а) ГОСТ Р 53522-2009

б) Трудовой кодекс РФ

в) СНиП 2.08.02-89

20. В рамках разработки маркетинговой стратегии, соответствие услуги международному стандарту ISO 20121 гарантирует:

а) Только высокую прибыль мероприятия

б) Устойчивое развитие и экологическую ответственность событийного менеджмента

менеджмента

в) Бесплатное освещение в СМИ

4 семестр

21. При подготовке сценического оформления, продюсер обязан обеспечить качество материалов согласно:

а) Требованиям дизайн-макета

б) Техническому регламенту о требованиях пожарной безопасности

в) Устному согласованию с артистом

22. Что является ключевым элементом обеспечения качества при использовании аудиовизуального оборудования?

а) Максимальная громкость звука

б) Проведение технического чека и соответствие оборудования техническому райдеру

в) Использование только зарубежных брендов

ОПК-3.3. Организует оценку качества оказания услуг учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

1 семестр

23. Какой метод наиболее эффективен для организации оценки качества услуг с учетом мнения потребителей сразу после завершения события?

а) Анкетирование (NPS — индекс лояльности) и мониторинг соцсетей

б) Анализ финансовых отчетов

в) Проверка инвентарных ведомостей

24. Кто, помимо посетителей, является «заинтересованной стороной» при оценке качества событийного продукта?

- а) Только технический персонал площадки
- б) Партнеры, спонсоры, государственные регуляторы и СМИ
- в) Только штатные сотрудники агентства**

2 семестр

25. Для оценки удовлетворенности спонсоров (заинтересованных сторон) после события лучше всего использовать:

- а) Глубинное интервью или отчет по KPI (ROI, охваты)**
- б) Тайного покупателя
- в) Лайки в социальных сетях

26. Что является ключевым элементом клиентоориентированности при формировании команды?

- а) Наличие у персонала компетенций «soft skills» и готовности помочь**
- б) Строгий дресс-код без учета функционала
- в) Высокая скорость выполнения технических задач

27. Какой инструмент обратной связи позволяет собрать мнение 100% аудитории при минимальных затратах?

- а) Сбор бумажных анкет
- б) Фокус-группы в офисе организатора
- в) QR-коды со ссылкой на онлайн-анкету в зоне отдыха**

3 семестр

28. Какой метод оценки эффективности позволяет наиболее точно узнать мнение потребителей сразу после мероприятия?

- а) Мониторинг СМИ
- б) Анализ финансовых отчетов
- в) Анкетирование (NPS — Net Promoter Score)**

29. Инструментом оценки качества работы с медиа является:

- а) Количество проданных билетов
- б) Медиаиндекс и количество упоминаний в целевых СМИ**
- в) Сумма затрат на кейтеринг

4 семестр

30. Для оценки качества каналов привлечения аудитории используется показатель ROMI, который означает:

- а) Индекс удовлетворенности зрителей
- б) Возврат маркетинговых инвестиций**
- в) Количество подписчиков в социальных сетях

31. Привлечение «тайного покупателя» на этапе регистрации участников мероприятия относится к методам:

- а) Оценки качества процессов оказания услуг**
- б) Продвижения в социальных сетях
- в) Технического обеспечения

Компетенция: ОПК-6. Способен применять в профессиональной деятельности нормативные правовые акты в сфере сервиса

ОПК-6.1. Осуществляет поиск и применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной сфере

1 семестр

32. Какой документ является основой для реализации мероприятия?

а) Только смета

б) План реализации с детальным описанием всех этапов

в) Только сценарий

33. Какие методы используются для визуализации графика работ?

а) Только таблицы

б) Диаграммы Ганта и другие инструменты

в) Только списки

2 семестр

34. Какой документ является первичным при планировании бюджета и обосновании траты?

а) Смета мероприятия

б) Пресс-релиз

в) Профиль спонсора

35. В каком реестре продюсер должен проверить надежность подрядчика перед подписанием контракта?

а) Реестр дипломов высшего образования

б) ЕГРЮЛ и реестр недобросовестных поставщиков

3 семестр

36. При разработке рекламной кампании мероприятия продюсер обязан соблюдать требования нормативно-правовых актов. Какой федеральный закон является основным регулятором при создании и распространении информационного контента и рекламы события в РФ?

а) ФЗ «О защите прав потребителей»

б) ФЗ «О рекламе»

в) ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

37. Согласно законодательству о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию, продюсер обязан классифицировать мероприятие. Каким документом регулируется обязательное размещение знака информационной продукции (0+, 6+, 12+, 16+, 18+) на билетах и афишах?

а) ФЗ № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»

б) Гражданский кодекс РФ

в) Технический регламент Таможенного союза

4 семестр

38. При организации массового мероприятия продюсер должен руководствоваться требованиями антитеррористической защищенности и пожарной безопасности. Какой нормативный акт устанавливает правила поведения и требования к обеспечению

безопасности посетителей и персонала в местах во время проведения официальных спортивных или культурно-массовых мероприятий?

а) Постановление Правительства РФ № 272 (или региональные регламенты о массовых мероприятиях)

б) Приказ Министерства культуры о реквизите

в) Трудовой кодекс РФ

39. При монтаже сценических конструкций и аудиовизуального оборудования продюсер обязан контролировать соблюдение норм охраны труда и технических стандартов. На основании каких документов осуществляется проверка надежности временных конструкций (сцен, трибун)?

а) Устав организации-подрядчика

б) ГОСТы и СНИПы в области строительных конструкций и электроустановок

в) Правила внутреннего распорядка площадки

ОПК-6.2. Соблюдает законодательство Российской Федерации о предоставлении услуг в сфере сервиса, а также обеспечивает документооборот в соответствии нормативными требованиями

1 семестр

40. Какой документ является основой для обеспечения документооборота между продюсером и заказчиком в соответствии с ГК РФ?

а) Пресс-релиз мероприятия

б) Договор возмездного оказания услуг

в) Креативный бриф

при 41. В соответствии с требованиями законодательства РФ, какой документ обязателен привлечении волонтеров на мероприятие?

а) Устное соглашение

б) Трудовая книжка

в) Гражданско-правовой договор (или договор о добровольческой деятельности)

2 семестр

42. При заключении договора со спонсором обязательным условием для соблюдения законодательства РФ является:

а) Четкое разграничение спонсорского взноса и благотворительного пожертвования

б) Устное соглашение о намерениях

в) Перевод средств на личную карту координатора

43. Какой тип документа подтверждает, что услуга подрядчиком оказана в полном объеме?

а) Счет на оплату

б) Акт сдачи-приемки оказанных услуг

в) Гарантийное письмо

3 семестр

44. Какой договор является основным при привлечении подрядчика по аудиовизуальному оборудованию?

а) Договор купли-продажи

б) Договор возмездного оказания услуг или договор аренды оборудования

в) Трудовой договор

45. При работе с медиа продюсер должен соблюдать требования какого закона при публикации фото посетителей?

- а) ФЗ «О защите прав потребителей»
- б) ФЗ «О связи»
- в) **Статья 152.1 Гражданского кодекса РФ (Охрана изображения гражданина)**

4 семестр

46. В рамках маркетинговой стратегии использование чужих товарных знаков в рекламе без разрешения регулируется:

- а) Налоговым кодексом
- б) **Четвертой частью Гражданского кодекса РФ**
- в) Земельным кодексом

ОПК-6.3. Обоснованно применяет нормативно правовую документацию в области своей профессиональной деятельности

1 семестр

47. Какое нормативное обоснование необходимо использовать продюсеру при планировании массового мероприятия на открытой городской площади?

- а) **Федеральный закон № 54-ФЗ и региональные акты о массовых мероприятиях**
- б) Устав творческого союза
- в) Только правила внутреннего распорядка компании

48. При использовании музыкальных произведений на мероприятии продюсер обязан соблюдать нормы Четвертой части ГК РФ. С какими организациями чаще всего заключается договор?

- а) Роспотребнадзор
- б) **РАО и ВОИС**
- в) Налоговая инспекция

2 семестр

49. На каком этапе работы с подрядчиками обоснованно применяется «Договор оказания услуг»?

- а) Только если сумма контракта превышает 1 млн рублей
- б) После завершения мероприятия при подписании актов
- в) **До начала внесения предоплаты и выполнения работ**

50. Для минимизации налоговых рисков при привлечении финансирования важно:

- а) **Обосновать рекламный характер интеграции спонсора**
- б) Скрыть факт получения средств
- в) Использовать только наличный расчет

3 семестр

51. На основании какого документа осуществляется работа со звуковым оборудованием в ночное время?

- а) Пожелания заказчика
- б) Устав концертного агентства
- в) **Региональные законы «О тишине»**

52. При оформлении сцены использование пиротехники регулируется:

- а) Постановлением Правительства РФ №1479 «Об утверждении Правил противопожарного режима»
 б) Распоряжением директора площадки
 в) Сценарием мероприятия

4 семестр

53. Какой нормативный акт регулирует порядок возврата билетов при отмене мероприятия?

- а) Основы законодательства РФ о культуре
 б) Воздушный кодекс РФ
 в) Правила дорожного движения

54. При создании информационного поля маркировка рекламы в интернете обязательна согласно:

- а) Закону о СМИ
 б) ФЗ «О рекламе» (ст. 18.1)
 в) Правилам русского языка

Компетенция: ОПК-7. Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности

ОПК-7.1. Знает требования безопасного обслуживания, охраны труда и техники безопасности

1 семестр

55. Что включает в себя понятие «требования безопасного обслуживания» при проведении выставок?

- а) Только наличие аптечки у администратора
 б) Соблюдение норм пожарной безопасности, правил эксплуатации электроустановок и санитарных норм
 в) Обеспечение бесплатной питьевой водой

2 семестр

56. Кто несет персональную ответственность за инструктаж волонтеров по технике безопасности?

- а) Продюсер или ответственный за работу с персоналом
 б) Площадка (арендодатель)
 в) Сами волонтеры

57. Что должен содержать «План безопасности» мероприятия, предоставляемый в госорганы?

- а) Меню фуршета и список артистов
 б) Схему эвакуации, расчет пропускной способности, план охраны
 в) Дизайн-проект пригласительных билетов

3 семестр

58. К основным требованиям безопасного обслуживания на мероприятии относится наличие:

- а) Системы навигации к эвакуационным выходам

- б) Бесплатного Wi-Fi
- в) Красной ковровой дорожки

59. Что обязан проверить продюсер перед началом монтажа сценических конструкций?

- а) Цвет покраски ферм
- б) Наличие у монтажников удостоверений по охране труда и работе на высоте**
- в) Фамилию водителя грузовика

4 семестр

60. При использовании мощного аудиовизуального оборудования опасным фактором является:

- а) Стоимость аренды
- б) Яркость интерфейса пульта**
- в) Вес микрофонной стойки

61. Какое количество эвакуационных выходов должно быть в зале согласно нормам безопасности?

- а) Минимум один
- б) Не менее двух, расположенных рассредоточено**
- в) Зависит от желания администратора

ОПК-7.2. Обеспечивает соблюдение требований безопасного обслуживания, охраны труда и техники безопасности

1 семестр

62. Кто несет ответственность за соблюдение техники безопасности техническим персоналом (монтажниками сцены) на площадке?

- а) Продюсер (организатор)**
- б) Только сами работники
- в) Ведущий мероприятия

2 семестр

63. При координации монтажных работ подрядчика продюсер обязан проверить:

- а) Наличие портфолио
- б) Цвет корпоративной формы сотрудников
- в) Наличие допусков к высотным или электромонтажным работам**

64. В случае возникновения ЧС во время события, первоочередное действие координатора:

- а) Остановка программы и организация эвакуации согласно регламенту**
- б) Публикация сторис о происшествии
- в) Поиск виновных среди подрядчиков

3 семестр

65. Какие документы необходимы для обеспечения безопасности мероприятия?

- а) Только план эвакуации
- б) План эвакуации, инструкции, акты проверок**
- в) Только договор с охраной

66. Кто отвечает за безопасность на мероприятии?

- а) Только служба безопасности

- б) Только организаторы
- в) Команда безопасности, организаторы, технический персонал**

4 семестр

67. Какие виды инструктажей проводятся перед мероприятием?

- а) Только вводный
- б) Вводный, первичный, целевой**
- в) Только целевой

68. Что входит в план эвакуации?

- а) Маршруты выхода, места сбора, ответственные лица**
- б) Только маршруты выхода
- в) Только места размещения огнетушителей

ОПК-7.3. Соблюдает положения нормативно-правовых актов, регулирующих охрану труда и технику безопасности

1 семестр

69. Какой инструктаж по охране труда обязаны пройти все сотрудники временного персонала перед началом работы на площадке?

- а) Первичный инструктаж на рабочем месте**
- б) Внеплановый
- в) Инструктаж не требуется для временного персонала

70. Какой документ регламентирует действия персонала при возникновении чрезвычайных ситуаций на массовом мероприятии?

- а) Тайминг выступления артистов
- б) План эвакуации и инструкция по пожарной безопасности**
- в) Смета расходов

2 семестр

71. Каким нормативным актом регулируется пожарная безопасность при проведении массовых мероприятий в РФ?

- а) Постановление Правительства РФ «О противопожарном режиме»**
- б) Трудовой кодекс РФ (раздел «Отпуск»)
- в) Гражданский кодекс РФ

72. При формировании бюджета в статью «Охрана и безопасность» обязательно закладываются расходы на:

- а) Покупку брендованных масок для персонала
- б) Страхование только оборудования продюсера
- в) Услуги ЧОП, дежурство скорой помощи и пожарного расчета**

3 семестр

73. Проведение инструктажа по технике безопасности для технического персонала перед началом работ на площадке — это:

- а) Лишняя трата времени
- б) Обязанность ответственного за технику безопасности/продюсера**
- в) Задача службы клининга

74. При проектировании маркетинговых активностей (фотозоны, интерактив), продюсер должен обеспечить:

- а) Устойчивость конструкций и отсутствие острых углов/открытых проводов**

- б) Самый дешевый материал изготовления
- в) Отсутствие брендинга

4 семестр

75. В случае возникновения чрезвычайной ситуации на мероприятии, действия персонала регламентируются:

- а) Интуицией продюсера
- б) Реакцией в социальных сетях
- в) Инструкцией по пожарной безопасности и планом эвакуации**

76. Соблюдение норм охраны труда при монтаже светового оборудования включает использование:

- а) Солнцезащитных очков
- б) Средств индивидуальной защиты (каска, страховочные пояса)**
- в) Декоративных перчаток

Компетенция: ПК-8. Способен осуществлять продюсирование событийных мероприятий.

ПК-8.1. Осуществляет разработку идеи и креативной концепции, конгрессно-выставочных и событийных мероприятий

1 семестр

77. Что включает в себя интеграция различных аспектов при организации мероприятия?

- а) Только работу с подрядчиками
- б) Только логистику
- в) Координацию всех элементов: от идеи до реализации**

78. Какие основные категории событийных мероприятий существуют?

- а) Только корпоративные
- б) Только культурные
- в) Корпоративные, культурные, спортивные, выставочные**

79. Какое мероприятие относится к корпоративному типу?

- а) Фестиваль искусств
- б) Конференция компании**
- в) Городской праздник

80. Назовите особенности корпоративных мероприятий?

Ответ: целевая аудитория, формат проведения, цели организации, специфика реализации

2 семестр

81. Что является особенностью культурных событий?

- а) Строгая деловая атмосфера
- б) Развлекательная и образовательная направленность**
- в) Только спортивная составляющая

82. Назовите критерии классификации мероприятий.

Ответ: масштаб, целевая аудитория, формат проведения, периодичность

83. Какие факторы влияют на выбор формата мероприятия?

- а) Только бюджет
- б) Целевая аудитория, цели, ресурсы**
- в) Только место проведения

3 семестр

84. Что является первым этапом разработки маркетинговой стратегии мероприятия?

а) Выбор каналов продвижения

б) Создание контента

в) Определение бюджета

85. Какие основные компоненты включает маркетинговая стратегия мероприятия?

а) Только рекламные материалы

б) Анализ рынка, целевая аудитория, цели и каналы коммуникации

в) Только социальные сети

86. Какие каналы коммуникации считаются наиболее эффективными для продвижения мероприятий?

а) Только телевидение

б) Социальные сети, email-маркетинг, контент-маркетинг и SEO

в) Только наружная реклама

87. Что такое email-маркетинг в контексте продвижения мероприятий?

а) Рассылка спама

б) Целевая рассылка информации о мероприятии по базе подписчиков

в) Только реклама в почте

4 семестр

88. Какое оборудование является основным для проведения крупного мероприятия?

а) Только звуковая система

б) Только осветительное оборудование

в) Комплексное аудиовизуальное оборудование (звук, свет, проекция)

89. Что входит в базовую звуковую систему мероприятия?

а) Только акустические системы

б) Микшерный пульт, усилители, акустические системы

в) Только микрофоны

90. Какие факторы важны при выборе проекционного оборудования?

а) Только яркость проектора

б) Только размер экрана

в) Яркость, разрешение, проекционное расстояние

91. Что такое система коммутации в AV-оборудовании?

а) Только кабели

б) Комплекс устройств для передачи и обработки сигналов

в) Только разъемы

92. Какие основные элементы включает сценическое оформление?

а) Только декорации

б) Декорации, освещение, реквизит

в) Только сценический свет

ПК-8.2 Подготавливает площадку для проведения конгрессно-выставочных и событийных мероприятий, обеспечивает техническую поддержку мероприятий

1 семестр

93. Назовите критерии выбора площадки?

Ответ: доступность, инфраструктура, вместимость, соответствие концепции

94. Что относится к обязательным требованиям при выборе площадки?
- а) Только вместимость зала
 - б) Соответствие пожарной безопасности**
 - в) Наличие декораций
95. Какие документы необходимы для аренды площадки?
- а) Только договор аренды
 - б) План эвакуации и разрешения служб**
 - в) Только акт осмотра помещения
96. Что входит в базовую логистику мероприятия?
- а) Только размещение участников
 - б) Транспортировка, питание, техническое обеспечение**
 - в) Только рекламное сопровождение
97. Какие технические аспекты нужно учитывать при выборе площадки?
- а) Только звуковое оборудование
 - б) Электрические мощности и коммуникации**
 - в) Только освещение

2 семестр

98. Что такое технический райдер?
- а) Список требований к площадке**
 - б) План рассадки гостей
 - в) Сценарий мероприятия
99. Какие подрядчики обязательны для любого мероприятия?
- а) Только кейтеринг
 - б) Технический персонал и служба безопасности**
 - в) Только декораторы
100. Что важно при работе с подрядчиками?
- а) Только стоимость услуг
 - б) Опыт работы и портфолио**
 - в) Только сроки выполнения

3 семестр

101. Что такое уникальное торговое предложение (УТП) мероприятия?
- а) Только стоимость билетов
 - б) Отличительные особенности и преимущества мероприятия**
 - в) Только место проведения
102. Какие методы используются для анализа конкурентной среды?
- а) Только мониторинг цен
 - б) SWOT-анализ, анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз**
 - в) Только опросы участников
103. Какие метрики используются для оценки эффективности каналов коммуникации?
- а) Только количество просмотров
 - б) Охват, вовлеченность, конверсия, ROI**
 - в) Только количество лайков
104. Что такое контент-маркетинг в сфере мероприятий?
- а) Только рекламные посты
 - б) Только видеоматериалы
 - в) Создание и распространение полезного контента для привлечения аудитории**

4 семестр

105. Какие принципы важны при создании сценического пространства?

а) Эстетика, функциональность, безопасность

б) Только эстетика

в) Только бюджет

106. Что такое колористическое решение сцены?

а) Только выбор цвета задника

б) Гармоничное сочетание цветов всех элементов оформления

в) Только цветовая гамма декораций

107. Какие факторы влияют на выбор материалов для оформления?

а) Только стоимость

б) Только легкость монтажа

в) Стоимость, долговечность, пожаробезопасность

ПК-8.3 Контролирует и координирует работу всех специалистов, управляет бюджетом конгрессно-выставочных и событийных мероприятий

1 семестр

108. К какому виду событийных мероприятий относится «Product Launch» (запуск продукта)?

а) Корпоративные/маркетинговые мероприятия

б) Частные праздники

в) Рекреационные мероприятия

109. Что такое «Гант-чарт» (диаграмма Ганта) в контексте создания временного плана мероприятия?

а) Список приглашенных VIP-гостей

б) Визуальный график выполнения задач с указанием сроков и ответственных

в) Схема рассадки гостей в зале

2 семестр

110. Что входит в понятие медиастратегии мероприятия?

а) Выбор каналов распространения информации и создание контента

б) Только работа с журналистами

в) Только пресс-конференции

111. Какие основные типы медиаматериалов используются при продвижении мероприятий?

а) Только пресс-релизы

б) Пресс-релизы, фото, видео, статьи, посты в соцсетях

в) Только фотографии

3 семестр

112. Что такое медийный контекст мероприятия?

а) Только новостные публикации

б) Только рекламные материалы

в) Общая информационная среда и восприятие мероприятия в медиапространстве

113. Какие факторы влияют на восприятие информации о мероприятии?

а) Только время публикации

б) Каналы распространения, формат подачи, целевая аудитория, актуальность

в) Только стоимость рекламы

4 семестр

114. Какие показатели используются для оценки эффективности?

а) Только финансовые

б) Финансовые, количественные, качественные

в) Только количество участников

115. Какой показатель позволяет рассчитать финансовую отдачу от мероприятия, соотнося чистую прибыль с затратами на его проведение?

а) «Индекс потребительской лояльности»

б) Рентабельность затрат

116. К какому методу оценки относится проведение опросов участников сразу после завершения события для выявления уровня их удовлетворенности?

а) Количественный метод

б) Эконометрическое моделирование

в) Качественный метод