

**Приложение 2 к РПД**  
**Организация и проведение международных ярмарок и конференций**  
**38.03.01 Экономика**  
**Направленность (профиль) Внешнеэкономическая деятельность**  
**Форма обучения – очная**  
**Год набора – 2022**

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**1. Общие сведения**

1.	Кафедра	Сервиса и туризма
2.	Направление подготовки	38.03.01 Экономика
3.	Направленность (профиль)	Внешнеэкономическая деятельность
4.	Дисциплина (модуль)	Организация и проведение международных ярмарок и конференций
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

**2. Перечень компетенций**

Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)
Способен организовывать и сопровождать внешнеэкономическую деятельность организации (ПК-3)

### 3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть навыками:	
Актуальные характеристики и тренды глобальной индустрии встреч (Meetings Industry/MICE)	УК-3, ПК-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии и стратегии командной работы</li> <li>- методы ведения деловых переговоров для разработки проекта</li> <li>- специфику сервиса в сфере деловых встреч и событий</li> <li>- специфику сервиса в MICE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- согласовывать интересы с деловыми партнерами на разных этапах проектирования</li> <li>- выстраивать организационные связи в программах делового туризма</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками деловой коммуникации</li> <li>- методами документирования сервисных продуктов и проектов</li> <li>- методами повышения качества сервисного продукта за счет дополнительных услуг</li> <li>- специфику сервиса в сфере деловых встреч и событий</li> </ul>	Устный ответ, доклад, дискуссия, составление глоссария, презентация
Основы выставочной индустрии	УК-3, ПК-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии и стратегии командной работы</li> <li>- методы ведения деловых переговоров для разработки проекта</li> <li>- специфику сервиса в сфере деловых встреч и событий</li> <li>- специфику сервиса в MICE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- согласовывать интересы с деловыми партнерами на разных этапах проектирования</li> <li>- выстраивать организационные связи в программах делового туризма</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками деловой коммуникации</li> <li>- методами документирования сервисных продуктов и проектов</li> <li>- методами повышения качества сервисного продукта за счет дополнительных услуг</li> <li>- специфику сервиса в сфере деловых встреч и событий</li> </ul>	Устный ответ, доклад, составление глоссария, презентация
Основы менеджмента конгрессной деятельности	УК-3, ПК-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии и стратегии командной работы</li> <li>- методы ведения деловых переговоров для разработки проекта</li> <li>- специфику сервиса в сфере деловых встреч и событий</li> <li>- специфику сервиса в MICE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- согласовывать интересы с деловыми партнерами на разных этапах проектирования</li> <li>- выстраивать организационные связи в программах делового туризма</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками деловой коммуникации</li> <li>- методами документирования сервисных продуктов и проектов</li> <li>- методами повышения качества сервисного продукта за счет дополнительных услуг</li> <li>- специфику сервиса в сфере деловых встреч и событий</li> </ul>	Устный ответ, доклад, дискуссия, составление глоссария, презентация
Разработка программ и отдельных услуг MICE-события	УК-3, ПК-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии и стратегии командной работы</li> <li>- методы ведения деловых переговоров для раз-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- согласовывать интересы с деловыми партнерами на разных этапах проектирования</li> <li>- выстраивать организационные связи в</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками деловой коммуникации</li> <li>- методами документирования сервисных продуктов и проектов</li> <li>- методами повышения качества сервисно-</li> </ul>	Устный ответ, доклад, составление глоссария, презентация

		работы проекта - специфику сервиса в сфере деловых встреч и событий - специфику сервиса в MICE	программах делового туризма	го продукта за счет дополнительных услуг - специфику сервиса в сфере деловых встреч и событий	тация, тест
--	--	---	-----------------------------	---	-------------

**Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы**

«не зачтено» – 60 баллов и менее;

«зачтено» – 61-100 баллов

## 4. Критерии и шкалы оценивания

### 4.1. Решение теста

<b>Процент правильных ответов</b>	<b>До 60</b>	<b>61-80</b>	<b>81-90</b>	<b>91-100</b>
<b>Количество баллов за решенный тест</b>	0	4	8	14

### 4.2. Подготовка доклада

<b>Баллы</b>	<b>Характеристики ответа</b>
<b>8</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- обучающийся глубоко и всесторонне усвоил проблему;</li><li>- уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li><li>- опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью;</li><li>- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li><li>- делает выводы и обобщения;</li><li>- свободно владеет понятиями</li></ul>
<b>4</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть обучающийся освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы;</li><li>- допускает несущественные ошибки и неточности;</li><li>- испытывает затруднения в практическом применении знаний;</li><li>- слабо аргументирует научные положения;</li><li>- затрудняется в формулировании выводов и обобщений;</li><li>- частично владеет системой понятий</li></ul>
<b>0</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- обучающийся не усвоил значительной части проблемы;</li><li>- допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее;</li><li>- испытывает трудности в практическом применении знаний;</li><li>- не может аргументировать научные положения;</li><li>- не формулирует выводов и обобщений;</li><li>- не владеет понятийным аппаратом.</li></ul>

### 4.3. Устный ответ

<b>0</b>	обучающийся не отвечает на вопросы практического занятия, не дополняет ответы других, не участвует в дискуссии или обсуждении проблемы.
<b>4</b>	обучающийся отвечает на вопросы практического занятия, дополняет ответы других, участвует в дискуссии или обсуждении проблемы.

### 4.4. Критерии оценки работы в дискуссии

<b>Баллы</b>	<b>Критерии оценивания</b>
<b>0</b>	– Обучающийся не участвовал в дискуссии
<b>1</b>	– обучающийся в ограниченном объеме представил решение проблемной ситуации, <ul style="list-style-type: none"><li>– не сделал четких выводов по теме,</li><li>– низкая культура выступления,</li><li>– не задавал вопросы;</li><li>– не ответил на уточняющие или критические вопросы.</li></ul>
<b>3</b>	– обучающийся в полном объеме представил уже существующие решения проблемной ситуации, <ul style="list-style-type: none"><li>– сделал выводы по теме,</li><li>– присутствует общая культура выступления,</li><li>– активно задавал вопросы;</li><li>– обучающийся ответил на уточняющие вопросы или вопросы оппонентов.</li></ul>

<b>5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся в полном объеме представил решение проблемной ситуации,</li> <li>– присутствует научность и оригинальность решения,</li> <li>– сделал четкие выводы по теме,</li> <li>– присутствует высокая культура выступления,</li> <li>– умеет обращать внимание слушателей на основные идеи,</li> <li>– умеет вести полемику и задавать вопросы.</li> </ul>
----------	--

#### 4.5. Подготовка презентаций

Структура презентации	Максимальное количество баллов
<b>Содержание</b>	
Сформулирована цель работы	0,5
Понятны задачи и ход работы	0,5
Информация изложена полно и четко	0,5
Иллюстрации усиливают эффект восприятия текстовой части информации	0,5
Сделаны выводы	0,5
<b>Оформление презентации</b>	
Единый стиль оформления	0,5
Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	0,5
Все параметры шрифта хорошо подобраны, размер шрифта оптимальный и одинаковый на всех слайдах	0,5
Ключевые слова в тексте выделены	0,5
<b>Эффект презентации</b>	
Общее впечатление от просмотра презентации	0,5
<b>Максимальное количество баллов</b>	<b>5</b>

#### 4.6. Выполнение задания на составление глоссария

№ п/п	Критерии оценки	Количество баллов
1	аккуратность и грамотность изложения, по оформлению работа соответствует всем требованиям	2
2	полнота исследования темы, содержание глоссария соответствует заданной теме	2
3	работа сдана в срок	1
	<b>ИТОГО:</b>	<b>5 баллов</b>

**5. Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.**

##### 5.1. Типовое тестовое задание

###### 1. Укажите факторы, стимулирующие развитие делового туризма

- а. диверсификация производств в промышленных кластерах
- б. развитие транспортной системы
- в. специализация стран и регионов по отдельным видам индустрий
- г. конкуренция за лидерство в сегменте продаж

###### 2. Функция контроля за реализацией турпродукта включает

- а. разработку параметров и сроков контроля

- б. мониторинг реализации турпродукта
- в. санкции за неисполнение отдельных услуг турпродукта
- г. подготовку гидов-сопровождающих для реализации турпродукта

**3. При заключении договора туроператора с партнерами устанавливаются принципы**

- а. имущественной ответственности
- б. самостоятельности участников договорных отношений
- в. приоритета интересов туриста
- г. приоритета стандартов качества

**4. Характеристика трендов в туристской индустрии включает такие показатели как**

- а. рост видов делового туризма
- б. рост спроса на туры «все включено»
- в. рост интереса к событийным турам
- г. снижение спроса на городские туры

**5. Выбор поставщика услуг для турпродукта осуществляется на основе**

- а. оценки деловой репутации партнера
- б. соответствии услуг запросам целевой группы турпродукта
- в. правоспособность поставщика услуг
- г. ценовой политики туроператора
- д. отзывов о партнере в интернете

**6. Договор о едином визовом и туристском пространстве принят**

- а. в Европейском Союзе
- б. в странах БРИК
- в. в Скандинавии
- г. в СНГ

**7. Сервисная служба, которая предоставляет информацию о местных туристических продуктах, достопримечательностях, мероприятиях, событиях дестинации**

- а. рецепшн гостиницы
- б. туристско-информационный центр
- в. ассоциация туроператоров
- г. городская администрация

**8. Коммерциализация туристского продукта построена**

- а. на стандартизации и мультипликации
- б. на снижении стоимости на брендовые маршруты
- в. на повышении стоимости брендовых туров
- г. на формировании индивидуальных предложений

**9. Организация, занимающаяся комплектацией туров и формированием комплекса услуг для туристов, продвижением и реализацией туров**

- а. турагент
- б. meet-компания
- в. туроператор
- г. Ростуризм

**10. Вид туризма, входящий в структуру лояльности предприятия**

- а. инсентив-туризм
- б. farm-туризм
- в. рурал-туризм
- г. джайлоо-туризм

**5.2. Примерные темы докладов / презентаций**

1. Значение делового туризма для развития региона.
2. Международные выставки и деловой туризм.
3. Гонконг – город деловых встреч.

4. Мастер-классы в деловом туризме.
5. Контроль качества в услугах МІСЕ-индустрии.
6. Оптимизация бюджета деловых поездок корпорации.
7. Договорная работа в МІСЕ-индустрии.
8. Сектор В2В в деловом туризме.
9. Требования к специалистам МІСЕ-индустрии.
10. Международные выставочные события.

### 5.3. Примерные темы дискуссий

1. Глобальные тренды в индустрии встреч
2. Организация виртуальной деловой площадки

### 5.4. Примерный перечень понятий для глоссария:

**Деловой туризм** — туризм, основные цели которого связаны с профессиональными и коммерческими интересами туриста.

**Трэвел-политика** – концепция и программа рационализации деловых поездок фирмы.

**ВТА (Business Travel Agency)** – компания, специализирующаяся на деловом туризме

**Very Important Passenger (очень важный пассажир (VIP))** - человек, которому предназначен особый сервис.

**Брендинг** в оформлении знака – использование корпоративных цветов, логотипов и других дизайнерских решений для усиления запоминаемости компании.

**Дилерское мероприятие** - событие, которое объединяют одинаковые цели – обмен информацией, анализ рынка, налаживание контактов, увеличение базы клиентов, презентация продукции и марки.

**Европейский план** - метод определения (назначения) цены за комнату, включающей только стоимость занятия комнаты (стоимость проживания).

**Материальная база** индустрии туризма - совокупность материальных и вещественных элементов производительных сил, используемых для производства услуг. Материальная база используется только туристам

**ТМС (Travel Management Company)** – компания, оказывающая услуги по организации путешествий разных типов

**Трансфер** - встреча или проводы в аэропорту (на вокзале).

Перечень понятий может быть дополнен и расширен.

### 5.5. Вопросы к зачету

1. Вектор развития международного бизнеса, роль деловых коммуникаций в повышении конкурентоспособности бизнеса.
2. Факторы развития сферы деловых поездок в XXI веке.
3. Роль деловых встреч в эпоху цифровой индустрии.
4. Факторы роста сегмента корпоративных мероприятий как сферы индустрии делового туризма.
5. Специфика инсентив-туризма.
6. Страны – лидеры по организации МІСЕ-мероприятий.
7. Влияние МІСЕ-туризма на экономику стран, регионов и городов.
8. Конгрессно-выставочные кластеры.
9. Политика государств и регионов в развитии МІСЕ-индустрии.
10. Выставка как событие в предпринимательстве и культурных индустриях.
11. Международные организации выставочной индустрии.
12. Проектирование выставки организаторами и участниками.
13. Организация поездок на выставочные мероприятия.
14. Менеджмент гостеприимства в период выставочных мероприятий.
15. Специфика экскурсионных услуг в период выставочных мероприятий.

16. Классификация конгрессных мероприятий.
17. Инфраструктура конгрессной индустрии.
18. Состав конгрессного мероприятия.
19. Рынок конгрессных услуг.
20. Информационные услуги конгрессных мероприятий.
21. Организация мастер-классов, бизнес-тренингов на конгрессе.
22. Пресс-тур: специфика организации.
23. Профессиональная подготовка в сегменте конгрессной деятельности, базовые трудовые функции.
24. Объемы и структура работ в организации MICE-события.
25. Предоставление комплексных услуг по организации бизнес-поездки (оформление авиационных и железнодорожных билетов, бронирование гостиниц, паспортно-визовое сопровождение, организация трансфертов, переводческие, кейтеринговые, охранные услуги).
26. Подготовка отчетности для клиентов по структуре и процедуре расходов в поездке.
27. Оптимизация корпоративного бюджета на бизнес-поездки (т.н. Expense Management).
28. Проблемы и возможности проектирования цепочки услуг в MICE-индустрии.
29. Стратегии трэвел-агентств в повышении конкурентоспособности на рынке деловых услуг.
30. Принципы разработки услуги и/или сервисной программы для MICE-индустрии.
31. Источники идей новых услуг и комбинированных программ в деловом туризме.
32. Запрос на услугу и техническое задание в практике проектирования.
33. Коммерческое предложение в деловом сотрудничестве.
34. Организация переговоров для согласования услуг и программ в MICE-событии.
35. Планирование работ предпроектной стадии.
36. Этапы и технологии проектирования сервисного сопровождения MICE-события.
37. Ошибки проектирования и ошибки презентации проекта.
38. Оценки проекта программы в MICE-индустрии.
39. Точки контроля реализации проекта.
40. Итоговая оценка сервисного сопровождения MICE-события.