

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования  
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»  
(АНО ПО «ПГТК»)**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ  
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА  
МДК 02.01 Технологии и организация конгрессной деятельности**

**для специальности**  
**38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность**  
**(код и наименование специальности)**

**Квалификация выпускника**  
**Специалист конгрессно-выставочной деятельности**  
**Форма обучения**  
**Очная**

Пермь 2026

Методические рекомендации по выполнению практических работ междисциплинарного курса МДК.02.01 ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность (утвержден приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 30 июня 2025 г. N 503).

Данные методические рекомендации помогут организовать самостоятельную деятельность студентов на основе деятельного и компетентного подходов к обучению, что соответствует ФГОС СПО по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

Автор – составитель: Семенова А.В., старший преподаватель.

Методические рекомендации по выполнению практических работ междисциплинарного курса рассмотрена и одобрена на заседании кафедры общеобразовательных, гуманитарных и социально-экономических дисциплин, протокол, № 01 от 04.02.2026.

Методические рекомендации по выполнению практических работ предназначен для оценивания достижений запланированных результатов по междисциплинарному курсу МДК.02.01 Технологии и организация конгрессной деятельности. Методические рекомендации по выполнению практических работ представляет собой комплект материалов для проведения практических занятий (в форме практической подготовке) и осуществления контроля за выполнением работ.

Методические рекомендации по выполнению практических работ позволяет оценивать: умений, знаний и навыков.

Код ОК, ПК	Уметь	Знать
ОК 03 ОК 04 ПК 2.1. ПК 2.2. ПК 2.3.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности,</li> <li>- применять современную научную профессиональную терминологию,</li> <li>- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования,</li> <li>- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи,</li> <li>- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности,</li> <li>- выявлять источники финансирования,</li> <li>- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности,</li> <li>- определять источники достоверной правовой информации,</li> <li>- составлять различные правовые документы,</li> <li>- находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать,</li> <li>- оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта</li> <li>- организовывать работу коллектива и команды</li> <li>- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- поиск источников информации для подготовки и проверки информации о конгрессных мероприятиях,</li> <li>- подготовка информации и иллюстративного материала для включения в презентационные и маркетинговые материалы конгрессных мероприятий,</li> <li>- подготовка текстов и иллюстративных материалов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в средствах массовой информации и в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,</li> <li>- формирование комплекта информационных материалов по эффективному участию в конгрессных мероприятиях для предоставления участникам конгрессных мероприятий по запросу и для размещения на сайте конгресса или конгрессной организации для быстрого доступа участников,</li> <li>- информирование руководства о соглашениях с участниками конгрессного мероприятия, об их участии в общих маркетинговых мероприятиях и о ходе реализации проекта конгрессного мероприятия для своевременного включения в маркетинговые материалы конгрессного мероприятия</li> <li>- подготовка и рассылка информационных писем и приглашений потенциальным организаторам или инициаторам и участникам конгрессных</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- пользоваться информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации,</li> <li>- определять значение факторов и событий внешней среды для проекта конгрессных мероприятий,</li> <li>- применять методы и способы эффективной деловой коммуникации (в том числе с использованием современных средств связи) с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника,</li> <li>- определять актуальные темы и разрабатывать информационные материалы о конгрессных мероприятиях</li> <li>- пользоваться информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации,</li> <li>- определять значение факторов и событий внешней среды для проекта конгрессных мероприятий,</li> <li>- планировать и применять тактику проведения переговоров с потенциальными участниками конгрессных мероприятий с целью привлечения их участия в деловой и дополнительной программах мероприятия,</li> <li>- применять методы и способы деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника, в том числе с использованием современных средств связи (видеоконференции, вебинары)</li> <li>- продвигать деловые мероприятия разных типов и продавать билеты</li> <li>- составлять программу мероприятия и повестку дня</li> <li>- собирать обратную связь после мероприятия</li> <li>- зарабатывать на конференции или другом деловом мероприятии</li> </ul>	<p>мероприятий,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ведение, обновление клиентской базы данных потенциальных участников конгрессных мероприятий, подрядных организаций, партнерских организаций, спонсоров,</li> <li>- поиск отраслевых экспертов, спикеров и модераторов в соответствии со структурой деловой программы,</li> <li>- подготовка презентаций конгрессных мероприятий для потенциальных участников с целью их привлечения к участию,</li> <li>- прием, проверка и архивирование необходимых заявочных документов от каждой организации, подавшей заявку об участии в конгрессных мероприятиях,</li> <li>- консультирование потенциальных участников о конгрессных мероприятиях, мероприятиях деловой и дополнительной программы конгресса в соответствии с их интересами и запросами, проведение переговоров,</li> <li>- оформление документов на оплату участником конгрессных мероприятий заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания услуг в соответствии с заявочной документацией</li> <li>- организация удобства гостей деловой программы</li> <li>- расчёт бюджета деловой программы с учетом особенностей делового мероприятия</li> <li>- продвижение деловых мероприятия разных типов и продажа билетов</li> <li>- проведение оценки и сбор обратной связи деловой программы</li> </ul>
--	--	--

Рекомендации содержат набор заданий, которые соответствуют темам.

Выполненные все виды предлагаемых заданий в соответствии с методическими рекомендациями и грамотно оформленные являются итоговым самоотчетом студента и служат основанием для допуска к сдаче итоговой аттестации.

## **Порядок оформления видов и форм отчетности по работе обучающихся**

### **1. Методические рекомендации по написанию реферата**

Реферат – первая и наиболее частая для студентов с первых курсов обучения форма работы, которая наилучшим образом, обогащает знания и развивает аналитические способности, т.е. способствует формированию профессиональных компетенций, а в воспитательном плане – формирует ответственность и сочетание личного интереса с общественной необходимостью, то есть качества необходимые для будущего специалиста.

Структура работы

Структура работы, соотношение объема работ по главам в каждом конкретном случае определяются в зависимости от темы, объекта, предмета и целевой направленности исследования.

Типовая структура включает следующие разделы:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Введение.
4. Главы основной части.
5. Заключение.
6. Список используемой литературы и информационных источников.
7. Приложения.

Титульный лист - первая страница работы (на данной странице номер не ставится).

Оглавление - помещается после титульного листа, в нем приводятся пункты работы с указанием страниц (на данной странице номер не ставится).

Введение - кратко обосновывается актуальность выбранной темы, цель и содержание поставленных задач, формулируется объект и предмет исследования, указывается избранный метод исследования. Дается характеристика работы – относится ли она к теоретическим исследованиям или к прикладным, сообщается, в чем заключается значимость и прикладная ценность полученных результатов, приводится характеристика источников для написания работы и краткий обзор имеющейся по данной теме литературы.

Основная часть - подробно приводится методика и техника исследования, даются сведения об объеме исследования, излагаются и обсуждаются полученные результаты. Содержание основной части должно точно соответствовать теме работы и полностью ее раскрывать.

Заключение - содержит основные выводы, к которым автор пришел, в процессе анализа материала (при этом должна быть подчеркнута самостоятельность, новизна, теоретическое и практическое значение полученных результатов).

Список используемой литературы и информационных источников - приводится в конце работы, в алфавитном порядке сначала указываются источники используемой литературы, затем интернет-источники. Допускается использовать в списке литературы источники не позднее 5-летней давности.

Приложение - помещают вспомогательные или дополнительные материалы. В случае необходимости можно привести дополнительные таблицы, рисунки, графики и т.д., если они помогут лучшему пониманию полученных результатов.

Требования к оформлению работы

Объем работы должен быть 20-30 страниц.

Текст набирается в текстовом редакторе MS Word: шрифт TimesNewRoman, размер – 14 пт, цвет шрифта черный, междустрочный интервал – полуторный (или 1,15), отступ

первой строки (абзацный отступ) – 1,25 см, выравнивание текста – по ширине, расстановка переносов по тексту – автоматическая, в режиме качественной печати. Оглавление должно быть сформировано автоматически. Текст распечатывается на принтере.

Заголовки разделов печатаются строчными буквами с абзацного отступа.

Заголовки подразделов печатаются строчными буквами (кроме первой прописной), располагаются с абзацного отступа. Заголовки пунктов печатаются строчными буквами (кроме первой прописной), с использованием шрифтового выделения (полужирный шрифт), начиная с абзаца. Если заголовок состоит из двух или более предложений, их разделяют точкой. Заголовки подпунктов печатают строчными буквами (кроме первой прописной), начиная с абзаца в подбор к тексту.

В конце заголовков структурных частей, наименований разделов и подразделов точка не ставится. Расстояние между заголовком структурной части (за исключением заголовка пункта) и подразделом должно быть равно 2 интервалам.

Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста. Номер раздела указывается перед его названием, после номера раздела точка не ставится, перед заголовком оставляют пробел. Наименования разделов печатаются строчными буквами с абзацного отступа, выделяются полужирным шрифтом размером 16 пт, точка в конце наименования раздела не ставится. Разделы работы оформляются, начиная с новой страницы.

Иллюстрации обозначают словом «Рисунок» и нумеруют последовательно в пределах раздела реферата или сквозной нумерацией. Номер иллюстрации может состоять из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например: «Рисунок 1.2» (второй рисунок первого раздела). Номер иллюстрации, ее название и поясняющие подписи помещают последовательно под иллюстрацией. Если в работе приведена одна иллюстрация, то ее не нумеруют и слово «Рисунок» не пишут. Иллюстрации должны иметь наименование, которое дается после номера рисунка. Точка после номера рисунка и наименования иллюстрации не ставится.

Каждая таблица должна иметь название, которое следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире. Расстояние от текста до таблицы и от таблицы до последующего текста равно одной строке. Между наименованием таблицы и самой таблицей не должно быть пустых строк.

*Пример.*

Таблица (номер) – Название таблицы


Приложения оформляют как продолжение реферата на последующих страницах, располагая их в порядке появления ссылок в тексте.

Каждое приложение следует начинать с нового листа (страницы) с указанием наверху справа страницы слова «Приложение», напечатанного строчными буквами. Приложение должно иметь содержательный заголовок, расположенный в следующей строке по центру. Если в реферате более одного приложения, их нумеруют последовательно цифрами, например, Приложение 1, Приложение 2 и т.д.

Критерии оценки реферата

К *общим критериям* можно отнести:

соответствие реферата теме.

глубина и полнота раскрытия темы.

адекватность передачи первоисточника.

логичность, связность.

доказательность.

структурная упорядоченность (наличие введения, основной части, заключения, их оптимальное соотношение).

оформление (наличие оглавления, списка литературы, культура цитирования, сноски и т.д.).

языковая правильность.

Общая оценка за реферат выставляется следующим образом: если студент выполнил от 65% до 80% указанных выше требований, ему ставится минимальный балл – 3 (удовлетворительно); 80-90% — средний балл – 4 (хорошо); 90-100% — максимальный балл – 5 (отлично).

## 2. Методические рекомендации по созданию презентации

В оформлении презентаций выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них. Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков.

Оформление слайдов:

Стиль	<ul style="list-style-type: none"><li>- Соблюдайте единый стиль оформления</li><li>- Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.</li><li>- Управляющие кнопки не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями).</li><li>- Для фона и заголовка используйте контрастные цвета. Не используйте на одном слайде больше трех цветов.</li></ul>
Фон и цвет	<ul style="list-style-type: none"><li>- Для фона предпочтительны холодные тона</li><li>- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовка, один для текста.</li><li>- Для фона и текста используйте контрастные цвета.</li><li>- Обратите внимание на цвет гиперссылок.</li></ul>
Анимационные эффекты	<ul style="list-style-type: none"><li>- Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.</li><li>- Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.</li></ul>

Представление информации:

Содержание информации	<ul style="list-style-type: none"><li>- Используйте короткие слова и предложения.</li><li>- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.</li><li>- Заголовки должны привлекать внимание аудитории.</li></ul>
Расположение информации на странице	<ul style="list-style-type: none"><li>- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.</li><li>- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.</li><li>- Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.</li></ul>
Шрифты	<ul style="list-style-type: none"><li>- Для заголовков – не менее 24.</li><li>- Для информации не менее 18.</li><li>- Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.</li><li>- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.</li><li>- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.</li><li>- Нельзя злоупотреблять прописными буквами.</li></ul>
Способы выделения информации	<p>Следует использовать:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- рамки; границы, заливку;</li><li>- штриховку, стрелки;</li></ul>

	- рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов.
Объём информации	- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. - Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
Виды слайдов	Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов: - с текстом; - с таблицами, диаграммами.

#### Критерии оценки презентации

Общая оценка за презентацию выставляется следующим образом: если студент выполнил от 65% до 80% указанных выше требований, ему ставится минимальный балл – 3 (удовлетворительно); 80-90% — средний балл – 4 (хорошо); 90-100% — максимальный балл – 5 (отлично).

### 3. Методические рекомендации по написанию доклада

Доклад должен быть подготовлен на русском языке. Объем текста от 8 до 12 стр. (от 5000 до 30000 знаков без учета пробелов)

Для набора текста использовать программу Microsoft Word версии не выше 2003, для набора формул – Microsoft Equation 3.0.

В тексте статьи нужно использовать только международную систему единиц измерений (СИ).

Поля:

верхнее – 25мм;

нижнее – 20 мм;

левое – 30 мм;

правое – 20 мм;

красная строка 12,5 мм.

Бумага белая для офисной техники формата 210 x 297.

Качество печати – высокое.

В целях обеспечения унификации текстов в сборнике трудов конференции необходимо при оформлении доклада соблюсти следующие требования:

а) Название работы должно удовлетворять следующим требованиям: шрифт - Times New Roman, размер шрифта – 14, стиль – обычный, масштаб – 100%, интервал – обычный, смещение – нет, всё название должно быть написано жирным шрифтом и буквы должны быть прописными. Тип распределения текста на странице – по центру. Заголовки разделов оформляются аналогично названию работы, но только с одной заглавной, остальные буквы строчные.

б) После названия работы должны быть перечислены инициалы и фамилии авторов, а также с новой строки - название учреждения, которое данные авторы представляют. Требования к написанию: шрифт - Times New Roman, размер шрифта – 14, стиль – обычный, масштаб – 100%, интервал – обычный, смещение – нет, должно быть написано курсивом. Тип распределения текста на странице – по ширине.

в) Между названием и данными об авторе должна быть одна пустая строка.

г) Весь основной текст доклада набирается со следующими параметрами: шрифт - Times New Roman, размер шрифта – 14, стиль – обычный, масштаб – 100%, интервал – обычный, смещение – нет. Тип распределения текста на странице – по ширине.

д) Междустрочные интервалы принять одинарными.



е) При необходимости набора формул должен быть использован формульный редактор – Microsoft Equation 3.0:

шрифт Times New Roman или Symbol;

кегель -12;

надстрочные и подстрочные индексы кегель – 9.

положение по горизонтали должно совпадать с положением текста

соответствующей строки

формулы, записанные в отдельной строке, должны располагаться по центру, а номер их – подогнан к правой границе листа.

ж) Надписи на рисунках и подрисуночные надписи, обозначения физических величин и их единиц, другие данные, помещаемые в таблицы, а также заголовки таблиц граф – шрифту 14.

з) Номера рисунков как в основном тексте так и в подрисуночной надписи приводить к виду – Рис. ....(№. Рисунок). Подрисуночная надпись должна располагаться вне “тела” рисунка.

и) Иллюстративный материал представляется только черно-белый.

Графические иллюстрации - в формате \*.wmf (векторная графика) или \*.tif (с глубиной цвета 1 бит), фотографии - в растровом формате \*.tif. При этом все элементы на иллюстрациях должны быть четкими, а надписи - свободно читаемыми; располагаться в центре листа.

к) Подрисуночная надпись аналогично располагается в центре листа. Номер таблицы указывается в виде – Таблица №, располагается по правой границе листа над самой таблицей, между таблицей и её номером должна быть одна пустая строка.

л) Список использованной литературы должен быть составлен по порядку ссылок в тексте. Необходимо представлять полный список, касающийся рассматриваемой темы. Настоятельно рекомендуется исключать самоцитирование.

Критерии оценки доклада

К *общим критериям* можно отнести:

соответствие доклада теме.

глубина и полнота раскрытия темы.

адекватность передачи первоисточника.

логичность, связность.

доказательность.

структурная упорядоченность (наличие введения, основной части, заключения, их оптимальное соотношение).

оформление (наличие оглавления, списка литературы, культура цитирования, сноски и т.д.).

языковая правильность.

Общая оценка за доклад выставляется следующим образом: если студент выполнил от 65% до 80% указанных выше требований, ему ставится минимальный балл – 3 (удовлетворительно); 80-90% — средний балл – 4 (хорошо); 90-100% — максимальный балл – 5 (отлично).

#### **4. Методические рекомендации по заполнению таблиц**

Таблица (из лат. *tabula* «доска») — способ передачи содержания, заключающийся в организации структуры данных, в которой отдельные элементы помещены в ячейки, каждой из которых сопоставлена пара значений — номер строки и номер колонки. Таким образом, устанавливается смысловая связь между элементами, принадлежащими одному столбцу или одной строке.

Таблицы являются удобной формой для отображения информации. Но таблицы выполняют лишь тогда свою цель, когда между строчками и столбцами имеется смысловая

связь, то есть информацию в них можно рассортировать неким образом, например, по дате или алфавиту.

Алгоритм заполнения таблицы.

Прочтите названия оглавлений таблицы.

Прочтите текст учебника и с помощью карандаша, укажите в нем материалы к каждой графе.

3. Запишите в соответствующие графы таблицы указанные материалы из текста в сокращенном виде.

Критерии оценки результата

Уровни освоения	Характеристика уровня	
Допустимый (удовлетворительно)	- Таблица заполнена верно на 50%	
Высокий (хорошо)	- Таблица заполнена верно более чем на 50%	
Оптимальный (отлично)	- Таблица заполнена в полном объеме.	

## 5. Методические рекомендации по составлению схем

Схемы как графические документы (графическая модель системы), на которых в виде условных обозначений или изображений показаны составные части некоторой системы и связи между ними.

Алгоритм составления схем

Прочтите предложенный текст и запишите его название

Укажите карандашом в книге основные разделы, из которых состоит текст и дайте им названия.

Проведите от названия текста стрелки вниз и подпишите возле каждой из них названия разделов текста.

Дополните схему примерами.

Критерии оценки результата

Уровни освоения	Характеристика уровня
Допустимый (удовлетворительно)	- все элементы присутствуют, отсутствует логика составления
Высокий (хорошо)	- схема составлена с небольшими упущениями
Оптимальный (отлично)	- схема составлена логически верно.

## 6. Методические рекомендации по составлению конспекта

Конспект - это последовательная фиксация информации, отобранной и обдуманной в процессе чтения.

Конспект:

подразумевает объединение плана, выписок и тезисов;

показывает внутреннюю логику изложения;

содержит основные выводы и положения, доказательства, приемы;

отражает отношение составителя к материалу;

может использоваться не только самим автором (составителем), но и другими читателями.

Основные требования к написанию конспекта: системность и логичность изложения материала, краткость, убедительность и доказательность.

При составлении конспекта необходимо избегать многословия, излишнего цитирования, стремления сохранить систематическую особенность текста в ущерб его логике.

Виды конспектов графически представлены на рис. 1.



Рис. 1. Виды конспектов

Общий алгоритм конспектирования состоит в следующем:

Общий алгоритм конспектирования состоит в следующем:

прочитать текст, отметить в нём новые слова, непонятные места, имена, даты; составить перечень основных мыслей, содержащихся в тексте, составить простой план, который поможет группировать материал в соответствии с логикой изложения;

выяснить в словаре значение новых непонятных слов, выписать их в тетрадь или словарь в конце тетради;

вторично прочитать текст, сочетая чтение с записью основных мыслей автора и их иллюстраций. Запись ведется своими словами, не переписывая текст. Важно стремиться к краткости, пользуясь правилами записи текста;

прочитать конспект ещё раз, доработать его.

Вместе с тем существуют некоторые особенности создания конспектов различных видов. Остановимся кратко на этом вопросе.

*Конспектирование* - процесс мысленной переработки и письменной фиксации информации, в виде краткого изложения основного содержания, смысла какого-либо текста.

*Выделение главной мысли* - одна из основ умственной культуры при работе с текстом. «Отбирать полезнейшее, - писал великий чешский педагог XVII века Я.А.Коменский, - дело такой важности, что немыслим толковый читатель, без умения отбирать. Единственно надежный плод чтения - усвоение прочитанного, выбор полезного. Поистине только это держит ум в напряжении, запечатляет воспринятое в памяти и озаряет ум все более ярким светом. Не пожелать выделить из книги ничего, значит все пропустить».

*Результат конспектирования* - запись, позволяющая конспектирующему немедленно или через некоторый срок с нужной полнотой восстановить полученную информацию. Конспект в переводе с латыни означает «обзор». По существу его и составлять надо как обзор, содержащий основные мысли текста без подробностей и второстепенных деталей. Конспект носит индивидуализированный характер: он рассчитан на самого автора и поэтому может оказаться малопонятным для других.

План-конспект - это сжатый в форме плана пересказ прочитанного или услышанного.

Характеристика конспекта: краток, прост, быстро составляется и заполняется. Положительной чертой этого вида конспектов является то, что он учит выбирать главное, чётко и логично излагать мысли, даёт возможность усвоить материал ещё в процессе его изучения. Всё это делает его незаменимым при быстрой подготовке доклада, выступления. Однако работать с ним через некоторое время трудно, так как плохо восстанавливается в памяти содержание материала.

Этапы работы:

Составь план прочитанного текста или воспользуйся готовым.

Разъясни кратко и доказательно каждый пункт плана, выбери разумную и эффективную форму записи.

Сформулируй и запиши вывод.

План-конспект может выглядеть как таблица. Например:

Основные вопросы	Раскрытие вопросов
1. Сущность, содержание, основные характеристики бренда. 2. Взаимосвязь бренда с экономическими категориями «потребность», «спрос», «предложение». 3. Технологии. 4. Управление активами бренда и др.	Бренд — это атрибуты фирмы или товара, которые отражают их индивидуальность, привлекают внимание клиентов, создают имидж фирме, репутацию, способствуя продвижению товара на рынках. Российскими авторами бренд трактуется как раскрученная торговая марка. Символ бренда должен: наиболее точно и полно отражать содержание товара; обеспечить максимальное отличие от конкурентных брендов; сформировать у потребителя убеждения, что этот бренд уникальный. Уникальность символа бренда — главное требование при формировании бренда

Ключевые слова	Суть, основная мысль	Раскрытие основной мысли	Заключение, вопросы, личные отношения

Задание для работы при этом может быть сформулировано следующим образом:

Вариант 1. Внимательно прочтите предложенный текст (тексты) в учебнике (учебниках или распечатке). Представьте его в виде конспекта. На его основе составьте тезисы и план.

Вариант 2. Внимательно прочтите предложенный текст в учебнике или распечатке. Законспектируйте его, используя предложенный преподавателем план. Оформите план-конспект.

Вариант 3. Внимательно прочтите предложенный текст в учебнике или распечатке. Законспектируйте его, используя вид конспекта - тематический обзорный (раскрывает конкретную тему использованием нескольких источников).

Цитатный конспект — это конспект, созданный из цитат.

Характеристика конспекта: строится из высказываний тора, из изложенных им фактов. Чаще всего этот вид конспекта используется для работы с первоисточником. К нему студент может обращаться неоднократно. Но он не способствует актив мыслительной работе, поэтому, как правило, служит только люстрацией к изучаемой теме.

Этапы работы:

Прочитать текст, отметить в нём основное содержание, главные мысли, выделить те цитаты, которые войдут в конспект.

Пользуясь правилами сокращения цитат, выписать их в тетрадь. Форма записи может быть разной, например:

... (цитата);

... (цитата); (вывод);

основные вопросы; доказательства (цитаты); выводы.

Прочитать написанный текст, сверить его с оригиналом.

Сделать общий вывод.

Опорный конспект — это отражение изложения информация заложенной в тексте в виде опорных сигналов - слов, условных знаков, рисунков.

Характеристика конспекта: краток, учит выбирать главное, наглядно отражает причинно-следственные связи, развивает логическое мышление и образное умение моделировать информацию. Незаменим при повторении материала к зачёту, экзамену.

Этапы работы:

Прочитать внимательно текст.

Разделить его на смысловые части - блоки.

Поставить к каждой части вопрос.

Ответить на поставленный вопрос опорными сигналами, расположив их в виде логической схемы.

Свободный конспект — это сочетание выписок, цитат, тезисов.

Характеристика конспекта: он требует серьёзных усилий от студента при составлении, так как требует умений активного использования всех типов записей: планов, тезисов, выписок. Однако именно этот вид конспектов в высшей степени способствует прочному усвоению учебного материала.

Этапы работы:

Используя имеющиеся источники, выбрать материал по интересующей теме, изучить его и глубоко осмыслить.

Сделать необходимые выписки основных мыслей, цитат, составить тезисы.

Используя подготовленный материал, сформулировать основные положения по теме.

Тематический конспект — это конспект ответа на поставленный вопрос или конспект учебного материала по определенной теме.

Характеристика конспекта: он может быть обзорным и хро. но логическим; учит анализировать различные точки зрения на один и тот же вопрос, привлекать имеющиеся знания и личный опыт; используется в процессе работы над докладом, сообщением, рефератом.

Этапы работы:

Изучить несколько источников и сделать из них выборку материала по определённой теме или хронологии.

Мысленно оформить прочитанный материал в виде плана.

Пользуясь этим планом, коротко своими словами изложить осознанный материал.

Критерии результатов знаний и умений

«5» - уровень освоения студентом учебного материала достаточно высок, студент умеет использовать теоретические знания при выполнении практических задач с практикой, подтверждает сформированность общих и профессиональных компетенций;

«4» - студент полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет знания для решения практических задач, грамотно излагает ответ, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности;

«3» - студент знает и понимает основные положения учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических задач не умеет доказательно обосновать свои суждения;

«2» - студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажает их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал, не может применять знания для решения практических задач.

## **Критерии результатов знаний и умений**

### **1. Практические занятия.**

Оценка «отлично» ставится в том случае, если учащийся:

- выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимой
- последовательности проведения опытов и измерений;
- самостоятельно и рационально выбрал и подготовил для занятия необходимое оборудование, все работы провел в условиях и режимах, обеспечивающих получение результатов и выводов с наибольшей точностью;
- в представленном отчете правильно и аккуратно выполнил все записи, таблицы, рисунки, чертежи, графики, вычисления и сделал выводы;
- соблюдал требования безопасности труда.

Оценка «хорошо» ставится в том случае, если выполнены требования к оценке «5», но:

- было допущено два-три недочета, или не более одной негрубой ошибки и одного недочета.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы, или если в ходе проведения работы и измерений были допущены следующие ошибки:

- задание проводилось в нерациональных условиях, что привело к получению результатов с большим количеством ошибок,
- или в отчете были допущены в общей сложности не более двух ошибок (в записях единиц, измерениях, в вычислениях, графиках, таблицах, схемах, анализе погрешностей и т. д.), не принципиального для данной работы характера, но повлиявших на результат выполнения,
- или не выполнен совсем или выполнен неверно анализ погрешностей;
- или работа выполнена не полностью, однако объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы по основным, принципиально важным задачам работы.

Оценка «неудовлетворительно» ставится в том случае, если:

- работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов,
- или в ходе работы и в отчете обнаружались в совокупности все недостатки,
- отмеченные в требованиях к, оценке «3».

## **2. Практические занятия.**

Контрольная работа.

Оценка отлично ставится если обучающийся

- полно раскрыл содержание материала в объеме, предусмотренном рабочей программой,
- изложил материал грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя специальную терминологию;
- правильно выполнил рисунки, чертежи, сопутствующие ответу;
- отвечал самостоятельно без наводящих вопросов преподавателя. Возможны одна-две неточности при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, которые студент легко исправил по замечанию преподавателя.

Оценка хорошо ставится если обучающийся

- в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа;
- допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя;
- допущена ошибка или имеется более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя.

Оценка удовлетворительно ставится если обучающийся

- неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса;
- имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии и выкладках (определениях), исправленные после нескольких наводящих вопросов преподавателя;
- при знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность основных умений и навыков.

Оценка неудовлетворительно ставится если обучающийся

- не раскрыл основное содержание учебного материала;
- обнаружено незнание или непонимание студентом большей или наиболее важной части учебного материала;
- допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, в выкладках, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов преподавателя.

Тестовое задание

- Оценка отлично ставится если обучающийся ответил более чем на 85% вопросов.
- Оценка хорошо ставится если обучающийся ответил на 75-84% вопросов.
- Оценка хорошо ставится если обучающийся ответил на 74-60% вопросов.
- Оценка хорошо ставится если обучающийся ответил менее чем на 59% вопросов.

## **Перечень вопросов и заданий для текущего контроля**

В результате текущей аттестации по междисциплинарному курсу МДК 02.01 Технологии и организация конгрессной деятельности осуществляется проверка сформированности умений и знаний, направленных на формирование соответствующих ФГОС СПО общих и профессиональных компетенций.

### **Тема 1 Современные тенденции развития рынка конгрессных услуг.**

Решение тестовых заданий

1. Какая тенденция является одной из ключевых на рынке конгрессных услуг?
  - a) Увеличение числа офлайн мероприятий
  - b) Уменьшение количества гибридных форматов
  - c) Рост популярности виртуальных конференций
  - d) Ограниченный доступ к онлайн-ресурсам
2. Что способствует развитию удаленных форматов конгрессов?
  - a) Отсутствие современных технологий связи
  - b) Повышенный интерес участников к физическим контактам
  - c) Сокращение затрат организаторов на аренду помещений
  - d) Необходимость постоянного присутствия спикера на площадке
3. Какой фактор играет ключевую роль в выборе площадки для мероприятия?
  - a) Удаленность места проведения от основных транспортных узлов
  - b) Возможность интеграции цифровых решений и инновационных технологий
  - c) Высокие цены на проживание вблизи площадки
  - d) Недостаточная инфраструктура вокруг объекта
4. Какие технологии становятся наиболее востребованными на современном рынке конгрессных услуг?
  - a) Классическое оборудование для презентаций
  - b) VR-технологии и интерактивные дисплеи
  - c) Технические решения прошлого поколения
  - d) Использование устаревших аудиосистем
5. Почему концепция устойчивого развития становится важным элементом организации мероприятий?
  - a) Невозможность учитывать экологический след события
  - b) Требования регуляторов относительно минимизации отходов
  - c) Игнорирование клиентами экологической составляющей
  - d) Сложность реализации экологически чистых проектов



6. Чем обусловлена популярность персонализированных предложений среди клиентов конгрессных услуг?

- a) Незаинтересованность потребителей в индивидуальных предложениях
- b) Преобладание массовых мероприятий над индивидуализированными услугами
- c) Желание компаний выделяться на фоне конкурентов благодаря уникальному опыту
- d) Низкая конкуренция на рынке конгрессных услуг

7. Что такое тренд гринвошинга в сфере конгрессных услуг?

- a) Экологически чистое мероприятие без углеродного следа
- b) Попытка создать иллюзию заботы об экологии без реальных действий
- c) Полностью отказ от использования бумаги и пластика
- d) Применение исключительно возобновляемых ресурсов

8. Как влияет цифровизация процессов на рынок конгрессных услуг?

- a) Замедляет темпы роста отрасли
- b) Обеспечивает повышение эффективности управления проектами
- c) Приводит к увеличению расходов на организацию мероприятий
- d) Способствует сокращению аудитории

9. Каковы основные преимущества гибридных мероприятий перед традиционными?

- a) Ограниченные возможности взаимодействия участников
- b) Высокая стоимость аренды оборудования
- c) Доступность участия для широкой аудитории независимо от географического положения
- d) Трудности с организацией трансляции

10. Почему гибкость становится ключевым требованием для поставщиков конгрессных услуг?

- a) Неумение адаптироваться к изменениям потребностей клиента
- b) Отказ от инноваций и новых подходов
- c) Быстрая адаптация к новым условиям рынка и потребностям заказчиков
- d) Стремление минимизировать расходы любыми способами

11. Как цифровая трансформация повлияла на развитие индустрии конгрессных услуг?

- a) Ухудшила качество предоставляемых услуг
- b) Создала новые возможности для привлечения целевой аудитории
- c) Сделала невозможным проведение масштабных мероприятий
- d) Затормозила процессы модернизации инфраструктуры

12. Почему безопасность данных стала важной темой для организатора конгрессных мероприятий?

- a) Несущественность вопроса конфиденциальности персональных данных
- b) Постоянное увеличение угроз кибератак и утечек конфиденциальной информации
- c) Отсутствие законодательных норм защиты личной информации
- d) Маловероятность взлома баз данных крупных организаций

13. Что означает термин "event-tech"?

- a) Традиционные формы проведения мероприятий
- b) Исключение технических новшеств из процесса подготовки мероприятий
- c) Новые технологические решения, применяемые для улучшения качества мероприятий
- d) Предотвращение внедрения любых изменений в структуру мероприятий

14. Как современные технологии влияют на процесс планирования и организации мероприятий?

- a) Упрощают управление проектом и повышают эффективность командной работы
- b) Осложняют взаимодействие команды организаторов
- c) Ведут к снижению уровня вовлеченности сотрудников
- d) Значительно увеличивают временные затраты на подготовку проекта

15. Что характеризует концепцию «experiential event» («переживаемый опыт»)?

- a) Простота восприятия участниками традиционных докладов
- b) Формат конференции, ориентированный исключительно на лекционную подачу материала
- c) Создание уникальных впечатлений и эмоциональных переживаний участников посредством необычных концепций и интеракций
- d) Стандартные подходы к формированию программы мероприятия

16. Как использование аналитики помогает повысить эффективность мероприятий?

- a) Анализ поведения пользователей позволяет создавать оптимальные сценарии мероприятий
- b) Аналитика увеличивает риски ошибок в процессе планирования
- c) Сбор данных снижает доверие участников к мероприятию
- d) Аналитика замедляет принятие управленческих решений

17. Какие изменения произошли в способах продвижения конгрессных мероприятий?

- a) Переход к традиционным рекламным методам без использования цифровых каналов
- b) Масштабное внедрение таргетированной рекламы и инструментов digital-маркетинга
- c) Изоляция маркетинговых кампаний от глобального контекста
- d) Недоступность продвинутых методов анализа эффективности рекламных акций

18. Какие факторы определяют успешность интегрированного подхода к проведению мероприятий?

- a) Непонимание особенностей конкретной аудитории
- b) Наличие фрагментарных и несвязанных элементов программы
- c) Синхронизация всех аспектов мероприятия для достижения максимальной выгоды для участника
- d) Отсутствие четкого понимания целей и задач организаторов

19. Какие инструменты помогают организовать эффективную коммуникацию с участниками мероприятий?

- a) Исключительное использование социальных сетей
- b) Активное применение специализированных мобильных приложений и платформ для обратной связи
- c) Ограниченное участие представителей прессы и медиа
- d) Запрет на сбор отзывов и оценок участников

20. Почему локализация мероприятий приобретает особую значимость в условиях глобализации?

- a) Устранение культурных различий между регионами мира
- b) Понимание специфики местных рынков и учет региональных предпочтений при проведении мероприятий
- c) Игнорирование национальных традиций и обычаев при подготовке мероприятий
- d) Унификация формата мероприятий без учета особенностей регионов

## **Тема 2 Подготовка конгрессного мероприятия и деловой программы.**

Решение тестовых заданий

1. Что входит в первую стадию подготовки конгрессного мероприятия?

- A) Определение тематики и цели мероприятия
- B) Выбор подрядчиков и заключение договоров
- C) Регистрация участников и делегатов
- D) Организация развлекательной части программы

2. Какой документ фиксирует общий порядок и содержание каждой сессии и каждого выступления на мероприятии?

- A) Программа мероприятия
- B) Концепция мероприятия
- C) Бюджет мероприятия
- D) План размещения гостей

3. Какие элементы включают в себя деловую программу конгрессного мероприятия?

- A) Пленарные заседания, семинары, мастер-классы
- B) Развлекательные шоу и музыкальные концерты
- C) Гастрономические дегустации и экскурсии
- D) Спортивные соревнования и квесты

4. Для кого составляется список VIP-гостей на мероприятии?

- A) Для организаторов и спонсоров
- B) Только для участников форума
- C) Специально приглашенные лица высокого статуса
- D) Все зарегистрированные участники

5. Зачем проводится предварительный опрос потенциальных участников перед подготовкой программы мероприятия?

- A) Чтобы выбрать подходящее помещение
- B) Для оценки спроса на конкретные темы и форматы выступлений
- C) Определить количество волонтеров
- D) Выбрать поставщика питания

6. Кто несет ответственность за координацию работы подрядчиков и исполнителей на месте проведения мероприятия?

- A) Организационный комитет
- B) PR-служба
- C) Директор мероприятия
- D) Спонсорская группа

7. Какова цель составления технического задания (ТЗ)?

- A) Предоставить участникам общее представление о концепции мероприятия
- B) Установить требования и стандарты для всех этапов подготовки
- C) Продемонстрировать финансовую отчетность
- D) Представить проект логотипа мероприятия

8. Почему важно привлекать профильных экспертов и ученых для участия в мероприятиях?

- A) Они привлекают внимание публики своей известностью
- B) Их мнение повышает престиж мероприятия и уровень содержательного наполнения
- C) Это экономит бюджет мероприятия
- D) Участники ожидают только развлекательную составляющую

9. Чему служит мониторинг активности регистраций участников?

- A) Корректировке размера помещения

- В) Составлению списка продуктов питания
- С) Оценке ожидаемого интереса к отдельным сессиям и панелям
- Д) Фиксации динамики денежных поступлений

10. Из каких частей состоит программа мероприятий на первом этапе разработки?

- А) Время начала и окончания мероприятия
- В) Тематика и ключевые блоки мероприятия
- С) Перечень партнеров и спонсоров
- Д) Количество мест в зале

11. Что обязательно должно входить в организационное обеспечение любого мероприятия?

- А) Проведение концертов и развлекательных шоу
- В) Закупка сувенирной продукции
- С) Информационная поддержка и регистрация участников
- Д) Разработка дизайна афиш и постеров

12. Какие виды документации используются для подтверждения факта участия в мероприятии?

- А) Билеты, бейджи, сертификаты
- В) Дипломы, благодарственные письма, фотографии
- С) Бланки строгой отчетности
- Д) Договор на предоставление услуг проживания

13. В каком документе отражаются финансовые поступления и расходы на реализацию мероприятия?

- А) Протокол встречи оргкомитета
- В) Программа мероприятия
- С) Проект бюджета мероприятия
- Д) Список официальных лиц

14. Какой элемент коммуникации необходим для успешного проведения пресс-конференции?

- А) Оформленные стенды и плакаты
- В) Контактная информация пресс-службы
- С) Программы экскурсий и прогулок
- Д) Расписание занятий фитнес-клуба

15. Назначение аккредитационных центров на мероприятиях заключается в:

- А) Проверке билетов и регистрации участников
- В) Оказании медицинской помощи гостям

- С) Консультации по вопросам питания
- Д) Организации культурной программы

16. Основной целью подготовки официальной речи руководителя на мероприятии является:

- А) Показ лидерских качеств
- В) Демонстрация власти и влияния
- С) Информирование и мотивация участников
- Д) Просто заполнить временной промежуток мероприятия

17. Предварительная оценка потребности в услугах кейтеринга основывается на:

- А) Предполагаемой численности участников
- В) Величине спонсорских взносов
- С) Потребности в медицинских услугах
- Д) Количестве раздаточных материалов

18. Наиболее эффективным способом информирования целевых групп о предстоящем событии считается:

- А) Направление писем по электронной почте
- В) Реклама на телевидении
- С) Таргетированная реклама в соцсетях и рассылка по базе контактов
- Д) Организация выставочного стенда

19. Формат круглого стола предполагает:

- А) Длительные лекции ведущих исследователей
- В) Выступления артистов и музыкантов
- С) Открытое обсуждение проблем группой экспертов и заинтересованных сторон
- Д) Торжественное открытие мероприятия

20. За какой период рекомендуется начинать работу по привлечению участников и формированию программы мероприятия?

- А) За неделю до старта
- В) За полгода до планируемого срока
- С) За три месяца до начала мероприятия
- Д) За два-три дня до открытия мероприятия

### **Тема 3 Рекламно-информационная поддержка конгрессного мероприятия.**

Решение тестовых заданий

1. Что включает в себя рекламно-информационная поддержка конгрессного мероприятия?

- A) Участие в конкурсах красоты
- B) Презентация фильмов и спектаклей
- C) Продвижение мероприятия среди целевой аудитории
- D) Покупка дорогостоящих сувениров

2. Какой основной инструмент используется для анонсирования мероприятия заранее?

- A) Социальные сети и специализированные веб-сайты
- B) Телепередачи и художественные выставки
- C) Прямые продажи билетов на входе
- D) Баннеры в транспорте

3. Как называется основная страница сайта, посвященная подробному представлению мероприятия?

- A) FAQ
- B) Landing page
- C) Blog post
- D) About us

4. Основная задача информационной рассылки участников накануне мероприятия — это...

- A) Получение прибыли от продаж билетов
- B) Передача полезных сведений и напоминания о деталях мероприятия
- C) Организация вечеринок и досуга
- D) Установка приоритетов корпоративной культуры

5. Главная цель использования инфографики на сайте мероприятия — это...

- A) Наглядное изложение информации о программе и участниках
- B) Сообщение о смене даты мероприятия
- C) Публикация фотографий предыдущих встреч
- D) Увеличение стоимости входных билетов

6. Эффективность email-кампании оценивается главным образом по следующим показателям:

- A) Число открытий сообщений и переходов по ссылкам
- B) Средняя продолжительность разговора с оператором call-центра
- C) Количество запросов через социальные сети
- D) Стоимость билета на мероприятие

7. Социальные сети чаще всего используют для...

- A) Просмотра сериалов и фильмов
- B) Объявления конкурса талантов

С) Раскрутки мероприятия и вовлечения целевой аудитории

Д) Хранения важных документов

8. Информационно-привлекательная статья о мероприятии должна содержать...

А) Детали гонораров выступающих

В) Яркую, убедительную и полезную информацию о целях и содержании мероприятия

С) Подробности меню фуршета

Д) Краткое описание только самого дорогого экспоната

9. Пресс-релизы публикуются для того, чтобы...

А) Увеличить продажи сувенирной продукции

В) Использовать рекламные площади магазинов

С) Донести новость о мероприятии до широкого круга журналистов и общественности

Д) Проинформировать спонсоров о финансовых затратах

10. Какие средства массовой информации традиционно используют для освещения больших мероприятий?

А) Газеты, журналы, телевидение, радио

В) Интернет-магазины и торговые точки

С) Музыкальные группы и театры

Д) Кафетерии и кафе рядом с местом проведения

11. Что представляет собой "посадочный материал"?

А) Документ с указанием места посадки самолета

В) Материал, используемый для оформления посадочной страницы мероприятия

С) Фотографии природы

Д) Рецепт блюд на мероприятии

12. Ключевая задача рекламной кампании — это...

А) Повышение узнаваемости бренда мероприятия и привлечение максимального числа участников

В) Повышение цен на билеты

С) Выплата премий сотрудникам

Д) Нарушение правил конкуренции

13. Методы стимулирования продаж билетов на мероприятие могут включать...

А) Особые условия покупки (скидки, бонусы)

В) Угрозы штрафных санкций за отсутствие на мероприятии

С) Принуждение участников зарегистрироваться досрочно

Д) Самостоятельное заполнение анкеты каждым участником

14. Какой показатель эффективности важен для оценки воздействия публикации на



аудиторию?

- A) Средний возраст подписчиков социальной сети
- B) Индекс цитируемости публикаций в научных журналах
- C) Уровень шума в помещении мероприятия
- D) Количество просмотров и репостов в социальных сетях

15. Для успешной презентации продукта или услуги на мероприятии необходимо подготовить...

- A) Постановочное выступление цирковых артистов
- B) Фотоальбом с семейными снимками сотрудников
- C) Профессионально составленную демонстрацию преимуществ товара или услуги
- D) Рекламу лекарств

16. Важнейший принцип подачи информации о мероприятии звучит как...

- A) "Главное — удивлять!"
- B) "Короче, ясно, понятно"
- C) "Больше ярких цветов и шрифтов"
- D) "Без юмора лучше обойтись"

17. Эффективная подача новостей о мероприятии предусматривает использование...

- A) Повестки сугубо технической направленности
- B) Легких и привлекательных заголовков, цепляющих взгляд читателей
- C) Большого объема текста
- D) Графиков производства деталей

18. Оптимальное время отправки информационных писем о мероприятии — это...

- A) День открытия мероприятия
- B) Период за две-четыре недели до начала мероприятия
- C) После завершения мероприятия
- D) Сразу после закрытия регистрационного периода

19. Какие методы распространения информации эффективны непосредственно на самом мероприятии?

- A) Почтовая рассылка жителям города
- B) Широкая кампания в кинотеатрах
- C) Раздача буклетов и флайеров посетителям
- D) Опубликование объявлений в газетах на следующий день

20. Цель интерактивных зон на мероприятии — это...

A) Поддерживать высокую активность участников и обеспечивать дополнительную пользу

- В) Осуществлять продажу еды и напитков
- С) Проводить конкурсы красоты
- Д) Объединять производителей игрушек

**Тема 4 Профессиональное поведение и этикет в сервисном сопровождении конгрессного мероприятия.**

Решение тестовых заданий

1. При приветствии гостя какого рукопожатия принято придерживаться согласно профессиональному этикету?

- А) Крепкое, длительное рукопожатие
- В) Теплое, уверенное рукопожатие средней силы
- С) Очень слабое и быстрое рукопожатие
- Д) Никаких рукопожатий, только вербальное приветствие

2. Во время беседы с клиентом специалист сервиса должен проявлять:

- А) Холодность и отстранённость
- В) Максимально возможное дружелюбие и уважение
- С) Частые перерывы в беседе для проверки почты
- Д) Громкий голос и энергичные жесты

3. Согласно правилам бизнес-этики, оптимальный срок ответа на письмо клиента составляет:

- А) Один рабочий день
- В) До конца рабочего дня следующего дня
- С) Не позднее трех рабочих дней
- Д) Ответ в течение часа вне зависимости от нагрузки

4. Правильное обращение к клиенту на английском языке, если его фамилия неизвестна:

- А) Hello, friend!
- В) Hi there!
- С) Good afternoon, sir/madam
- Д) Hey you!

5. Этикет предписывает избегать при общении с иностранцами:

- А) Формулировки вопросов открытым текстом
- В) Использования профессионального жаргона без пояснений
- С) Обращения по имени, если клиент сам предложил это сделать
- Д) Доброжелательного тона разговора

6. Профессиональное поведение сотрудника подразумевает:

- A) Открытую критику коллег при гостях
- B) Скромность и объективность при оценке собственных достижений
- C) Эмоциональные реакции на стрессовые ситуации
- D) Неконтролируемое выражение личного мнения

7. Перед началом обслуживания гость обязан быть проинформирован сотрудником сервиса о:

- A) Всех возможных проблемах, которые могут возникнуть
- B) Своём личном опыте посещения аналогичных мероприятий
- C) Политической ситуации в регионе
- D) Возможностях и особенностях оказываемой услуги

8. Разговор с клиентом во время обслуживания прерывать следует лишь тогда, когда:

- A) Вам срочно позвонили коллеги
- B) Клиент проявил агрессию или раздражение
- C) Есть срочные рабочие вопросы, требующие немедленного внимания
- D) Ваш собеседник долго молчит

9. В профессиональном сервисе недопустимо:

- A) Говорить спокойным голосом
- B) Давать обещания, которые невозможно выполнить
- C) Адекватно реагировать на жалобы
- D) Назначать встречу в удобное клиенту время

10. Нейтральный стиль одежды специалиста на рабочем месте — это:

- A) Свободные джинсы и футболка
- B) Джинсовый костюм с элементами спортивной обуви
- C) Официальный деловой стиль или smart casual
- D) Костюм кричащих расцветок и украшений

11. Верное утверждение касательно телефонного общения с клиентом:

- A) Всегда используйте громкоговоритель телефона
- B) Начинайте разговор сразу с деловых вопросов
- C) Сначала поприветствуйте клиента вежливо и учтиво
- D) Можно одновременно говорить по телефону и отвечать на почту

12. Грамотное ведение переговоров с партнёрами требует соблюдения принципа:

- A) Любезности и доброжелательности
- B) Доминирования над собеседником
- C) Постоянного подчёркивания своего превосходства

D) Агрессивного стиля ведения дискуссий

13. Использование мобильного устройства на работе этично:

A) Когда общаетесь в мессенджерах с коллегами

B) Если проверяете личную почту в присутствии клиента

C) Во время приёма пищи или перерыва

D) Лишь для служебных звонков и SMS, предварительно предупредив клиента

14. Основное правило обращения с информацией о клиенте гласит:

A) Информация должна свободно распространяться среди персонала

B) Необходимо соблюдать полную конфиденциальность и защищать личные данные клиента

C) Желательно поделиться деталями заказа с коллегами для совместного обсуждения

D) Лучше хранить всю информацию открыто, чтобы избежать путаницы

15. Правила этикета диктуют необходимость благодарности клиентам за:

A) Критику в адрес вашей службы

B) Общение с вами лично

C) Рекомендованные отзывы и положительные отклики

D) Ваше обслуживание вне зависимости от результата

16. Самой эффективной формой комплимента клиенту является:

A) Похвала внешности клиента

B) Комплимент по поводу профессиональных успехов и результатов сотрудничества

C) Завуалированное признание собственного профессионализма

D) Ирония по отношению к клиенту

17. При задержке оказания услуги сотруднику целесообразно:

A) Быстро покинуть рабочее место

B) Немедленно оповестить клиента и предложить альтернативные варианты

C) Постараться скрыть проблему, пока клиент не заметит её самостоятельно

D) Отложить решение проблемы до удобного момента

18. Принято считать вежливым завершение телефонного разговора первым именно:

A) Сотрудника компании

B) Начальника отдела

C) Посетителя или клиента

D) Оба собеседника завершают разговор вместе

19. Правильно сформулированная фраза отказа клиенту выглядит так:

A) "Мы не можем вам помочь"

B) "Это невозможно"

С) "Ваш запрос нам непонятен"

Д) "Сейчас мы не располагаем ресурсами для удовлетворения вашего запроса, однако готовы рассмотреть альтернативные пути решения"

20. Стандартная процедура прощания с клиентом подразумевает:

А) Безразличное отношение и быстрый уход

В) Прощание словами благодарности и предложение дальнейшего сотрудничества

С) Вопрос о желании клиента оставить отзыв немедленно

Д) Медленное закрытие двери кабинета в лицо клиенту

## **Тема 5 Формирование бюджета сервисного сопровождения конгрессного мероприятия.**

Решение тестовых заданий

1. Главной задачей формирования бюджета сервисного сопровождения является:

А) Минимизировать издержки до нуля

В) Четко определить объемы финансирования отдельных направлений

С) Произвести расчеты себестоимости продуктов и услуг

Д) Получить прибыль любой ценой

2. Первый этап формирования бюджета мероприятия — это:

А) Проведение тендера среди подрядчиков

В) Утверждение общей суммы затрат руководством

С) Предварительная разработка структуры расходов

Д) Согласование расписания мероприятий

3. Какие расходы относятся к прямым расходам на сервисное сопровождение?

А) Зарплаты администрации предприятия

В) Амортизация основного капитала

С) Оплата услуг хостесс и волонтеров

Д) Налоги и сборы, не относящиеся к событию

4. Что понимается под понятием "бюджет секвестра"?

А) Дополнительные непредвиденные доходы

В) Резервный фонд на случай форс-мажорных обстоятельств

С) Сумма сэкономленных средств

Д) Часть бюджета, которую планируется сократить в ходе оптимизации

5. Какой раздел бюджета отражает расходы на техническое оснащение зала?

А) Организационные расходы

В) Техническое обеспечение

С) Атрибутика и декор

Д) Транспортировка и логистика

6. Средняя доля бюджета, направляемая на питание участников мероприятия, составляет примерно:

А) 5%

В) 15%–20%

С) 30%–40%

Д) 50% и больше

7. Расходы на рекламу и продвижение мероприятия включаются в раздел:

А) Текущие расходы

В) Капитальные вложения

С) Маркетинг и PR

Д) Накладные расходы

8. Фиксированные ставки заработной платы сотрудников относятся к категории:

А) Переменные расходы

В) Основные прямые расходы

С) Косвенные постоянные расходы

Д) Специфические непроеизводственные расходы

9. Под какими статьями бюджета отражается аренда помещений?

А) Материальные запасы

В) Общие административные расходы

С) Производственные расходы

Д) Расходы на размещение и инфраструктуру

10. Относится ли оплата страховки ответственности к статьям бюджета?

А) Нет, эта услуга предоставляется бесплатно

В) Да, страхование включается отдельной строкой

С) Только в исключительных случаях

Д) Страховка оплачивается отдельно от бюджета

11. Как правильно распределить бюджет мероприятия, чтобы соблюсти баланс между качеством и стоимостью?

А) Инвестировать всё в технику и оформление зала

В) Равномерно распределить деньги по всем направлениям

С) Выделить приоритеты и выделить большую долю на главные направления

Д) Потратить минимум средств, ограничившись минимальной инфраструктурой

12. При составлении бюджета важное значение имеет прогноз доходов от:

- A) Платных парковок около места проведения
- B) Продажи сопутствующих товаров
- C) Средств, полученных от продажи билетов и спонсорской поддержки
- D) Услуги аренды туалетов и кофе-поинтов

13. Маржа (разница между доходами и расходами) показывает:

- A) Общий объем выручки мероприятия
- B) Прибыль, остающуюся после покрытия всех расходов
- C) Сумму налогов, подлежащих уплате государству
- D) Реальные убытки мероприятия

14. Контроль исполнения бюджета осуществляется путем:

- A) Ежемесячного отчёта бухгалтерии
- B) Финансового мониторинга в режиме реального времени
- C) Анкетирования участников мероприятия
- D) Организации опроса работников сервиса

15. Допускается ли превышение запланированного бюджета в рамках разумных пределов?

- A) Никогда нельзя превышать утвержденный бюджет
- B) Возможно, если превышения обоснованы и согласованы
- C) Допускается произвольное изменение бюджетных статей
- D) Превышение разрешено автоматически на любую сумму

16. Резервный фонд создается для:

- A) Покрытия чрезвычайных ситуаций и незапланированных расходов
- B) Вознаграждения лучших сотрудников
- C) Экономии на качестве продукции и услуг
- D) Улучшения имиджа компании на рынке

17. Амортизация относится к группе расходов:

- A) Капитальным вложениям
- B) Постоянным операционным расходам
- C) Валовым расходам
- D) Производственным переменным расходам

18. Заккрытие бюджета — это:

- A) Завершение этапа финансовой отчётности и сверка фактических показателей с бюджетом
- B) Начало нового финансового цикла
- C) Выпуск годовой финансовой отчетности

D) Обязательное перечисление всей оставшейся прибыли собственникам бизнеса

19. Какими показателями определяется успех финансово-экономического плана мероприятия?

A) Скоростью принятия управленческих решений

B) Положительным сальдо и рентабельностью проекта

C) Количество оплаченных счетов контрагентов

D) Объемом инвестиций в инфраструктуру мероприятия

20. Какой процент бюджета желательно зарезервировать на возможные дополнительные расходы ("форс-мажорные обстоятельства")?

A) Менее 1%

B) Примерно 5%-10%

C) Более 20%

D) Достаточно ровно половины общего бюджета

## **Тема 6 Эффективность сервисного обслуживания конгрессных мероприятий.**

Решение тестовых заданий

1. Основные показатели эффективности сервисного обслуживания на конгрессных мероприятиях включают:

A) Объёмы потребления гостиничного номера

B) Количество жалоб и позитивных отзывов

C) Среднее время ожидания автомобиля такси

D) Вес съеденной пищи на банкетах

2. Показатели удовлетворённости участников мероприятия определяются путём:

A) Мониторинга цен на авиабилеты

B) Анализа анкетных опросов и обратных связей

C) Учёта потраченного времени на регистрацию

D) Наблюдения за поведением персонала гостиницы

3. Методика SWOT-анализа применяется для:

A) Исчисления среднего возраста участников

B) Совершенствования системы оплаты труда

C) Определения сильных и слабых сторон организации

D) Расчета затрат на аренду техники

4. Качественный персонал — это тот, который обладает:

A) Высокой квалификацией и компетентностью

B) Минимальной зарплатой



С) Хорошими коммуникативными навыками

Д) Строгим соблюдением графика работы

5. Критерии оценки эффективности работы волонтерского корпуса включают:

А) Владение иностранным языком

В) Опыт работы на аналогичных мероприятиях

С) Качество предоставления консультационной и навигационной помощи

Д) Внешнюю привлекательность волонтера

6. Выбор оптимального провайдера услуг для конгрессного мероприятия основан на:

А) Личных предпочтениях заказчика

В) Рекомендациях друзей и знакомых

С) Сравнительном анализе предложений и опыта исполнителя

Д) Стоимости предложенных услуг

7. Обеспечение бесперебойной работы оборудования зависит от:

А) Благоприятных погодных условий

В) Качественного монтажа и регулярного техобслуживания

С) Успеха ведущего мероприятия

Д) Грамотного выбора цвета декораций

8. Факторы, влияющие на оценку уровня комфорта пребывания участников, включают:

А) Качество питания и удобства номеров отеля

В) Цветовая гамма оформления зала

С) Национальность участников

Д) Характер проведенного концерта

9. Высокий уровень гостеприимства характеризуется:

А) Оптимизацией тарифов авиаперевозок

В) Хорошо организованной системой приема и размещения участников

С) Интерактивными развлечениями

Д) Обширной программой спортивных соревнований

10. Организаторы мероприятия стремятся снизить риск негативных последствий за счёт:

А) Репутационного менеджмента и страхования рисков

В) Удвоения расходов на охрану и медицинское обслуживание

С) Заказа большего количества мебели

Д) Занижения требований к уровню сервиса

11. Система мотивации персонала должна строиться на основе:

А) Индивидуальных поощрений за инициативу и профессиональные успехи

- В) Единовременных выплат премий
- С) Жёсткости дисциплинарных взысканий
- Д) Исключительного контроля со стороны руководства

12. Регулярная работа с отзывами участников необходима для:

- А) Укрепления лояльности и повышения уровня сервиса
- В) Проверки правильности заполнения анкет
- С) Удовлетворения любопытства организаторов
- Д) Оценки привлекательности города-хозяина мероприятия

13. Повышению производительности труда способствуют:

- А) Психологические тесты сотрудников
- В) Автоматизация рутинных операций и обучение персонала
- С) Регулярные чаепития сотрудников
- Д) Ужесточение наказаний за проступки

14. Управление конфликтами на мероприятии строится на принципе:

- А) Полного игнорирования конфликта
- В) Решения конфликтов конструктивным диалогом и компромиссами
- С) Перекалывания вины на другого участника
- Д) Массовой замены обслуживающего персонала

15. Оценка уровня удовлетворённости сервисом выполняется преимущественно методом:

- А) Интервью с сотрудниками
- В) Онлайн-тестирования участников
- С) Рассылки анкет с закрытыми вопросами
- Д) Экспертных заключений профессионалов индустрии

16. Эффективность тренингов для персонала измеряется показателем:

- А) Ростом дохода от проведенных тренингов
- В) Изменением отношения сотрудников к своим должностным обязанностям
- С) Размером премии руководителю отдела кадров
- Д) Степенью износа тренажёров и учебных пособий

17. Реакция на негативные отзывы участников должна быть направлена на:

- А) Заблаговременное удаление негатива
- В) Незамедлительное реагирование и устранение выявленных недостатков
- С) Снижение ставок на последующие мероприятия
- Д) Постепенную замену старых сотрудников новыми кадрами

18. Клиентоориентированность выражается в способности организации:

- A) Держать низкие цены на продукцию
- B) Гибко реагировать на запросы и пожелания клиентов
- C) Организовывать массовые акции распродаж
- D) Применять агрессивные методы маркетинга

19. Одним из критериев эффективности функционирования колл-центров является:

- A) Продолжительность свободного времени операторов
- B) Чистота офисного пространства
- C) Средняя скорость обработки обращений клиентов
- D) Количество праздников в календаре

20. Качество сервиса обеспечивает повторные визиты участников мероприятия благодаря:

- A) Большой скидке на посещение следующего мероприятия
- B) Высокому уровню удовлетворённости прошедшим событием
- C) Бесплатным билетам на транспорт
- D) Лотереям и розыгрышам призов

Критерии оценивания:

Выполнено менее 65% - «2» (низкий уровень) выполнено 65% работы - «3» (базовый уровень) выполнено 80% работы - «4» (повышенный уровень) выполнено 95-100% работы - «5» (высокий уровень).

## **Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации**

### **Список вопросов к экзамену**

1. Что такое конгресс?
2. Каковы основные цели проведения конгресса?
3. Какие типы конференций существуют?
4. Чем отличается симпозиум от конференции?
5. Кто входит в организационный комитет мероприятия?
6. Как выбрать оптимальное место проведения мероприятия?
7. Какие факторы влияют на выбор даты проведения конгресса?
8. Какие обязанности возлагаются на председателя программы?
9. Какова роль секретаря конгресса?
10. Как формируются тематики секционных заседаний?
11. Какие категории участников бывают на мероприятиях?
12. Как организовать регистрацию участников?
13. Что включает в себя пакет участника?
14. Как правильно составить программу выступления докладчиков?
15. Какие способы мотивации участников используются организаторами?
16. Какие формы взаимодействия предусмотрены между делегатами?
17. Как обеспечить доступ к материалам доклада участникам?
18. Для чего нужны кофе-брейки и перерывы на мероприятии?
19. Какие меры принимаются для удобства инвалидов-участников?
20. Как подготовить помещение к проведению заседания?
21. Какие требования предъявляются к акустическим характеристикам зала?
22. Как оборудовать зал мультимедийными средствами?
23. Какие элементы декора способствуют созданию деловой атмосферы?
24. Как рассчитать количество мебели и оборудования?
25. Зачем нужен координатор площадки?
26. Как обеспечивается безопасность участников?
27. Как минимизировать риски при подготовке помещения?
28. Какие инструменты помогают автоматизировать организацию мероприятий?
29. В чём преимущества электронных регистраций?
30. Какие системы используют для обработки заявок?
31. Нужна ли веб-трансляция мероприятия?
32. Можно ли проводить онлайн-встречи одновременно с офлайн-конгрессом?

33. Какие устройства обеспечивают синхронный перевод выступлений?
34. Что представляет собой интерактивная панель управления конгрессом?
35. Помогают ли мобильные приложения повысить эффективность мероприятий?
36. Есть ли необходимость в защищённом облачном хранилище документов?
37. Из каких источников финансируются международные мероприятия?
38. По каким статьям расходов формируется бюджет мероприятия?
39. Когда целесообразно привлекать спонсоров?
40. Существуют ли гранты на проведение научных конференций?
41. Стоит ли заключать договоры страхования рисков?
42. Откуда берутся средства на оплату труда сотрудников оргкомитета?
43. Может ли предприятие получать налоговые льготы при проведении крупных мероприятий?
44. Во сколько обходится аренда помещений для конгресса?
45. Существует ли система скидок для постоянных клиентов?

Критерии оценивания:

Оценка «5» ставится, если ученик:

- полно излагает изученный материал, дает правильные определения языковых понятий;
- обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;
- излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Оценка «4» ставится, если ученик дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1—2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1—2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

Оценка «3» ставится, если ученик обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка «2» ставится, если ученик обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

