Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

(Финансовый университет)

Новороссийский филиал

Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала
_____ Е.Н. Сейфиева
«31» марта 2022

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Конгрессно-выставочная деятельность

для студентов, обучающихся по направлению подготовки:

43.03.02 «Туризм»

профиль «Международный и национальный туризм»

Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала Финуниверситета

протокол № 45 от 31 марта 2022 г.

Одобрено кафедрой «Информатика, математика и общегуманитарные науки»

протокол № 8 от 24марта 2022 г.

Новороссийск 2022

Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной

Учебная дисциплина: ***Конгрессно-выставочная деятельность***

Компетенции:
ПКП-2 способность разрабатывать туристские продукты и туристско-рекреационные проекты, осуществлять их рекламу и продвижение
ПКП-3 Способность анализировать и оценивать особенности развития рынка туризма, участвовать организации событий с использованием национальных туристских ресурсов

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
1.	**Совокупность предметов, специально выставленная для осмотра, покупки, — это:** **1. Экспозиция** **2. Инфраструктура** **3. Экспонаты** **4. Классификация**	*Экспозиция*	ПКП-2
2.	**Особые причины участия в ярмарке/выставке, связанные с выпускаемой продукцией, — это:** **1. Только проверка соответствия конкретного товара требованиям потребителя** **2. Только расширение ассортимента выпускаемых товаров и представление их в виде экспонатов** **3. Только представление товара в виде экспонатов и презентация новых товаров** **4. Проверка приемлемости конкретного товара, презентация новых товаров и расширение ассортимента предлагаемых товаров**	*Проверка приемлемости конкретного товара, презентация новых товаров и расширение ассортимента предлагаемых товаров*	ПКП-2
3.	**Современная торговая выставка — это совершение торговых сделок ...** **1. Путем прямой продажи** **2. По коммерческо-информационным изданиям** **3. По образцам** **4. По телемаркетингу**	*По образцам*	ПКП-2
4.	**Решение потенциальных клиентов относительно посещения ярмарки/выставки — ...** **1. План посещения** **2. Главное решение** **3. График посещения**	*Позиция потребителей*	ПКП-2

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	4. Позиция потребителей		
5.	**Ценность определенной торговой выставки/ярмарки для предприятия является высокой, это означает, что ...** **1. Денежные затраты на проведение торговой сделки в рамках выставки/ярмарки намного меньше, чем затраты на проведение такой же сделки, только другим способом, вне выставки/ярмарки** **2. Денежные затраты на проведение торговых сделок на выставке/ярмарке и вне ее сопоставимы по значению** **3. На выставке/ярмарке созданы хорошие условия для совершения торговых сделок** **4. Торговых сделок на выставке/ярмарке заключается намного больше, чем обычным способом, вне ее**	*Денежные затраты на проведение торговой сделки в рамках выставки/ярмарки намного меньше, чем затраты на проведение такой же сделки, только другим способом, вне выставки/ярмарки*	ПКП-2
6.	**Коллегиальный орган, создающийся для общего руководства конкретной ярмаркой, наделяемый широкими полномочиями и несущий ответственность за выполнение стоящих перед ним задач, называется:**	*Ярмарочным комитетом*	ПКП-2
7.	**Направления деятельности, входящие в структуру комплекса маркетинга, располагающие преимуществами непосредственной коммуникации и живого контактами с интересующими товарами и услугами, — это:** **1. Телемаркетинг** **2. Связь с общественностью** **3. Реклама** **4. Торговые ярмарки/выставки**	*Торговые ярмарки/выставки*	ПКП-2
8.	**Ярмарки/выставки, рассчитанные на местную публику и открытые как для специалистов, так и для обычных посетителей, — это ярмарки/выставки ...** **1. Национальные** **2. Зональные** **3. Местные**	*Местные*	ПКП-2

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	4. Региональные		
9.	**На торговых выставках/ярмарках цены на товары устанавливают:**	*Экспоненты*	ПКП-2
10.	**Крупнейшими выставочными центрами в России являются:** **1. Ленэкспо (Санкт-Петербург)** **2. КВЦ Сокольники (Москва), ВВц и Нижегородская ярмарка** **3. Экспоцентр (Москва)** **4. Сибэкспоцентр (Иркутск)**	*КВЦ Сокольники (Москва), ВВц и Нижегородская ярмарка*	ПКП-2
11.	**Высказывания: «Выставка нового типа не просто демонстрация выдающихся технических достижений. Здесь показываются не продукты, а процессы, не результаты, а история их возникновения и развития», определяет тип современной _____ выставки.**	*Всемирной*	ПКП-2
12.	**Примерный перечень предприятий и организаций-участников, объем, ассортимент предполагаемой для продажи продукции, количество и структурный состав обслуживающих ярмарку работников, планировка площадей, необходимых для расположения соответствующих служб, экспозиции, определяется за _____ до открытия.** **1. 2-3 недели** **2. Несколько месяцев** **3. 5-7 дней** **4. 2-3 года**	*Несколько месяцев*	ПКП-2
13.	**Инфраструктура, менеджмент выставки/ярмарки, способствующий достижению высокого уровня сервиса, развитию новых видов деятельности участников этого мероприятия, являются основными показателями такой характеристики, как ...** **1. Менеджмент выставки/ярмарки** **2. Динамичность выставки/ярмарки** **3. Организация выставки/ярмарки** **4. Стратегия позиционирования**	*Динамичность выставки/ярмарки*	ПКП-2
14.	**Самостоятельным экспонентом выставки/ярмарки называется любой участник**	*У которого есть свой стенд*	ПКП-2

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	1. Который работает с посетителями по своей особой программе **2. У которого есть свой предлагаемый к продаже товар** **3. Который самостоятельно совершает торговые сделки** **4. У которого есть свой стенд**		
15.	**Специфики экспонатов, стратегию позиционирования, характерные особенности самой выставки/ярмарки необходимо учитывать при:** **1. Анализе выставки/ярмарки** **2. Выборе экспонатов** **3. Проектировании конструкции стенда** **4. Подборе персонала**	*Проектировании конструкции стенда*	ПКП-2
16.	**Предметом торговли на выставке/ярмарке могут быть любые экспонаты, кроме** **1. Тех, которые наносят ущерб природе и разрушают экологию** **2. Тех, которые могут причинить вред здоровью человека** **3. Природных ресурсов** **4. Тех, которые запрещены законом**	*Тех, которые запрещены законом*	ПКП-3
17.	**Документ, подробно определяющий все критические даты, когда должно происходить каждое действие в период подготовки и проведения ярмарки/выставки — это:** **1. Формуляр** **2. Каталог** **3. Регламент** **4. Информационное письмо**	*Регламент*	ПКП-3
18.	**Ярмарки/выставки, имеющие строгую специализацию в отношении экспонируемой на них продукции и ориентированные, главным образом на посетителей-коммерсантов с аналогичными специальными интересами, являются:** **1. Отраслевыми** **2. Многоотраслевыми** **3. Универсальными** **4. Потребительских товаров**	*Отраслевыми*	ПКП-3
19.	**В рамках маркетинга торговые**	*Средство, передатчик*	ПКП-3

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	ярмарки/выставки органически включаются в сферу непосредственной коммуникации, где они сами и их составляющие выполняют роль: **1. Только передатчик информации и приемник** **2. Средство, передатчик информации, «пусковая установка» коммерческих сообщений, звено для коммуникаций** **3. Только звено для коммуникаций** **4. Только средство и «пусковая установка» коммерческих сообщений**	*информации, «пусковая установка» коммерческих сообщений, звено для коммуникаций*	
20.	**Выберете наиболее точное и емкое определение синхронизации времени проведения выставки/ярмарки** **1. Приведение в полное соответствие времени проведения выставки/ярмарки с сезонными, событийными, календарными тенденциями покупательского поведения** **2. Согласование маркетинговых планов компании-экспонента с временем проведения выставки/ярмарки** **3. Согласование времени проведения ярмарки/выставки с другими мероприятиями, влияющими на число посетителей: праздниками, событиями, сезонными распродажами, а также тенденциями покупательского поведения, маркетинговыми планами компании-экспонента** **4. Сравнительный анализ времени проведения выставки/ярмарки с другими мероприятиями, праздниками, событиями, влияющими на посетителей**	*Согласование времени проведения ярмарки/выставки с другими мероприятиями, влияющими на число посетителей: праздниками, событиями, сезонными распродажами, а так же тенденциями покупательского поведения, маркетинговыми планами компании-экспонента*	ПКП-3
21.	**Цены на товары на ярмарке/выставке изменяются, если ...** **1. Изменился регламент работы** **2. Изменились масштабы ярмарки/выставки** **3. Изменяется спрос на этот товар**	*Изменяется спрос на этот товар*	ПКП-3

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	4. Спрос остается без изменения		
22.	**Результаты социальных исследований показывают, что в период работы ярмарок/выставок товаров широкого потребления готов заключить коммерческое соглашение** **1. Один из десяти посетителей** **2. Каждый посетитель** **3. Один из пяти посетителей** **4. Один из трех посетителей**	*Один из пяти посетителей*	ПКП-3
23.	**Совокупность лиц, наделенных основными и вспомогательными функциями, на которых лежит ответственность по организации и осуществлению участия в ярмарке/выставке называется:** **1. Администрация ярмарки/выставки** **2. Персонал стенда** **3. Торговые представители экспонента** **4. Представители фирмы-экспонента**	*Персонал стенда*	ПКП-3
24.	**Внешняя конъюнктура (применительно к участию в ярмарках/выставках) это:** **1. Поведение конкурентов, престижность, подготовленность персонала предприятия — участника выставки** **2. Поведение конкурентов, политико-экономическая ситуация, соответствующий уровень качества продукции** **3. Политико-экономическая ситуация, посещаемость ярмарки/выставки, подготовленность персонала предприятия-участника к работе на выставке** **4. Поведение конкурентов, политико-экономическая ситуация, престижность, значимость и посещаемость ярмарки/выставки**	*Поведение конкурентов, политико-экономическая ситуация, престижность, значимость и посещаемость ярмарки/выставки*	ПКП-3
25.	**План ярмарки/выставки включает:** **1. Только определение цели и изготовление стандарта**	*Определение цели, анализ до открытия ярмарки/выставки,*	ПКП-3

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	2. Только изготовление стандарта, выбор экспонентов и определение целевой аудитории **3. Только анализ до открытия ярмарки/выставки и планирование бюджета** **4. Определение цели, анализ до открытия ярмарки/выставки, планирование бюджета, определение целевой аудитории, выбор экспонентов**	*планирование бюджета, определение целевой аудитории, выбор экспонентов*	
26.	**Метафора, подчеркивающая, что посетитель ярмарки/выставки, будущий клиент, имеет возможность получить полное представление о выставленном товаре, — это:** **1. «экспозиция»** **2. «инфраструктура»** **3. «трехмерная торговля»** **4. «классификация»**	*«Трехмерная торговля»*	ПКП-3
27.	**Рациональная схема общения экспонента и посетителя торговой выставки/ярмарки, как правило, состоит из:** **1. Выделение стадий нецелесообразно** **2. Четырех стадий** **3. Двух стадий** **4. Трех стадий**	*Четырех стадий*	ПКП-3
28.	**Первая политехническая выставка в России проводилась в:** **1. Нижнем Новгороде** **2. Москве** **3. Екатеринбурге** **4. Санкт-Петербурге**	*Москве*	ПКП-3
29.	**На стадии квалификации между экспонентами и посетителями идет активная беседа по вопросам, основными среди которых являются:** **1. Потребительские качества экспонатов** **2. Стремление экспонента заинтересовать своими экспонатами посетителя, «сделать» из случайного — потенциального клиента** **3. Платежеспособность посетителя, его торговые намерения, готовность к сделке и др** **4. Все нюансы заключения торговой**	*Платежеспособность посетителя, его торговые намерения, готовность к сделке и др*	ПКН-4

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	сделки		
30.	**В смете расходов по участию в ярмарке/выставке к эксплуатационным расходам относятся:** **1. Расходы по аренде автотранспорта, уборке помещений, телефонной связи** **2. Расходы по аренде автотранспорта, охране, уборке на стенде и телефонной связи** **3. Расходы по содержанию охраны, уборке помещений, телефонной связи** **4. Расходы по аренде автотранспорта, уборке помещения и телефонной связи**	*Расходы по аренде автотранспорта, охране, уборке на стенде и телефонной связи*	ПКН-4

Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (в полной мере): критерии и условия выбора управленческих решений в конгрессно-выставочной деятельности, разработке программ проектов и привлечении инвестиций в сфере туризма с учетом факторов риска в условиях неопределенности. Основные эффективные методы управления в бизнес-процессах в сфере туризма и гостеприимства. Особенности управления качеством в туризме и гостеприимстве, а также лучшие подходы и практики в отдельных подвидах туризма: конгрессно-выставочном. Инструменты и стратегии повышения качества услуг в туризме и гостеприимстве.

Умеет: (самостоятельно): структурировано оценивать альтернативы при организации конгрессно-выставочной деятельности, разработке мероприятий, программ, программ проектов и привлечении инвестиций сферы туризма. Предлагать наиболее релевантные подходы к управлению и обеспечению качества услуг в туризме и гостеприимстве, в т.ч. конгрессно-выставочной деятельности. Предлагать наиболее целесообразные инструменты и стратегии повышения качества услуг при организации деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства, в т.ч. конгрессно-выставочной деятельности.

- оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется, если обучающийся ***Знать:*** Предлагать наиболее целесообразные инструменты и стратегии повышения качества услуг при организации деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства, в т.ч. конгрессно-выставочной деятельности. теоретические, правовые, практические особенности организации деятельности туристского предприятия

Умеет: (самостоятельно): Предлагать наиболее целесообразные инструменты и стратегии повышения качества услуг при организации деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства, в т.ч. конгрессно-выставочной деятельности.

компетентно определять необходимую структуру и содержание социально-экономических исследований в туристской индустрии; изучать спрос, определять виды, формы и элементы турпродукта, сегментировать туристский рынок

- оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (на уровне минимальных требований): теоретические, правовые, практические особенности организации деятельности туристского предприятия

Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении) компетентно определять необходимую структуру и содержание социально-экономических исследований в туристской индустрии; изучать спрос, определять виды, формы и элементы турпродукта, сегментировать туристский рынок

- оценка **«неудовлетворительно»** (ниже порогового) выставляется, если обучающийся не знает: (на уровне минимальных требований): алгоритмы обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; **не умеет** оценивать эффективность формирования и использования материальных, финансовых, трудовых ресурсов бизнеса; Не умеет: (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении) принимать е экономические решения в различных областях жизнедеятельности; **не умеет** оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых управленческих решений.