

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Ярославский филиал Финуниверситета

Кафедра «Менеджмент и общегуманитарные науки»

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор
ООО «ЯРХОТЭЛ»



Е. А. Пустовая

« 28 » августа 2026 года

УТВЕРЖДАЮ

Директор Ярославского
филиала Финуниверситета



В. А. Кваша

« 28 » августа 2026 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ
ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

Направление подготовки: 43.03.03 «Гостиничное дело»
Профиль: «Гостиничный бизнес»

Автор: А. М. Сальников

*Одобрено на заседании кафедры «Менеджмент и общегуманитарные науки»
Ярославского филиала Финуниверситета (протокол № 11 от 05.06.2026)*

Ярославль, 2026

1. Наименование дисциплины

Дисциплина «Событийный менеджмент и маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства» имеет порядковый номер Б.1.2.2.4.3 в структуре основной образовательной программы по направлению бакалавриата 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Гостиничный бизнес» для очной формы обучения.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами усвоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПКП-3	Способен к управлению изменениями и организационному проектированию, внедрению инновационных технологий и проектов, новых форм и регламентов обслуживания потребителей и (или) туристов.	1. Демонстрирует знания научных принципов организационного проектирования и управления изменениями, внедрения инновационных проектов.	Знать: принципы организационного проектирования и управление изменениями; нормы и правила внедрения инновационных проектов. Уметь: реализовать процессы организационного проектирования, управление изменениями, внедрения инновационных проектов.
		2. Владеет методиками исследования основных факторов, определяющих необходимость изменений в стратегии и тактике деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса, формах и технологиях обслуживания потребителей и туристов.	Знать: факторы, определяющие необходимость изменений в стратегии и тактике деятельности служб и отделов гостиничного предприятия; формы и методы обслуживания потребителей и туристов. Уметь: использовать методики исследования основных факторов, изменяющих деятельность служб и отделов гостиничного предприятия, а также формы и методы обслуживания потребителей и туристов.
		3. Исследует рыночные возможности, формулирует бизнес-идеи и проекты, способствующие инновационному развитию	Знать: рыночные возможности, бизнес идеи и проекты инновационного развития предприятий сферы гостеприимства; формы и методы повышения качества обслуживания потребителей и туристов. Уметь: использовать

		предприятий сферы гостеприимства и повышению качества обслуживания потребителей.	рыночные возможности, бизнес идеи и проекты инновационного развития предприятий сферы гостеприимства.
		4. Контролирует процесс внедрения изменений, разрабатывает формы и регламенты обслуживания потребителей, проводит оценку эффективности и качества инновационных внедрений в деятельность гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.	Знать: методы внедрения изменений и способы оценки их эффективности; инновационные технологии и новые формы обслуживания потребителей. Уметь: контролировать методы внедрения изменений и способы оценки их эффективности при обслуживании потребителей.
ПКП-4	Способен к взаимодействию с потребителями, партнерами, собственниками бизнеса, а также с другими заинтересованными сторонами, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий, корпоративных стандартов сервиса, регламентов и протоколов обслуживания.	1. Демонстрирует навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами в целях достижения целей стратегического и оперативного управления.	Знать: процесс построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и собственниками бизнеса; методы и технологии работы с заинтересованными сторонами. Уметь: применять навыки построения эффективных коммуникаций с заинтересованными сторонами в интересах достижения целей стратегического и оперативного управления.
		2. Владеет навыками разработки и внедрения корпоративных стандартов, регламентов и протоколов обслуживания в деятельность служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.	Знать: навыки разработки и внедрения корпоративных стандартов и регламентов; методы и способы работы служб и отделов в гостиничном предприятии. Уметь: использовать навыки разработки и внедрения корпоративных стандартов и регламентов при организации работы служб и отделов в гостиничном предприятии.
		3. Демонстрирует	Знать: навыки работы с

		навыки работы с профессиональным программным обеспечением и CRM-системами, в том числе в целях построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями.	профессиональным программным обеспечением; методы построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями. Уметь: использовать навыки работы с профессиональным программным обеспечением при построении долгосрочных взаимоотношений с потребителями.
--	--	---	--

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з. е. / часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 / 108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	34	34
Лекции	16	16
Семинары, практические занятия	18	18
Самостоятельная работа	74	74
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

4. Нормативно-правовые документы, определяющие процедуру оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации студентов

Процедура оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся регулируется соответствующими локальными нормативными актами Финансового университета и филиала, регламентирующими порядок организации и проведения контроля уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций у обучающихся.

5. Примеры оценочных средств для проверки сформированности компетенций

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКП-3 Способен к управлению изменениям и и организационному	1. Демонстрирует знания научных принципов организационного проектирования и управления изменениями,	Знать: научные принципы организационного проектирования и управления изменениями. Уметь: применять научные принципы организационного	Задание 1. В Европе наиболее популярным для иностранных туристов является субрегион: а) Западная Европа; б) Южная Европа; в) Северная Европа;

проектированию, внедрению инновационных технологий и проектов, новых форм и регламентов обслуживания потребителей и (или) туристов.	внедрения инновационных проектов.	проектирования и управления изменениями по внедрению инновационных проектов.	г) Центральная и Восточная Европа. Задание 2. Предложите современную маркетинговую стратегию продвижения экстремального туристского продукта
	2. Владеет методиками исследования основных факторов, определяющих необходимость изменений в стратегии и тактике деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса, формах и технологиях обслуживания потребителей и туристов.	Знать: методики исследования основных факторов, определяющих необходимость изменений в стратегии и тактике деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса. Уметь: применять результаты исследования основных факторов для внедрения изменений в стратегии и тактике деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса, формах и методах обслуживания потребителей и туристов.	Задание 1. Определите наиболее рациональные условия применения PR-технологий в автотуризме Задание 2. Членение туристов на психоцентриков, аллоцентриков и среднецентриков – это сегментирование по: а) психографическому признаку; б) поведенческому признаку; в) многомерное сегментирование; г) демографическому признаку
	3. Исследует рыночные возможности, формулирует бизнес-идеи и проекты, способствующие инновационному развитию предприятий сферы гостеприимства и повышению качества обслуживания потребителей.	Знать: рыночные возможности для формулирования бизнес-идей и проектов, способствующих инновационному развитию предприятий сферы гостеприимства и повышению качества обслуживания потребителей. Уметь: применять результаты исследования рыночных возможностей с целью формулировки бизнес-идей и проектов для развития предприятий сферы гостеприимства и повышения качества обслуживания потребителей.	Задание 1. Выберите тенденцию, характеризующую современный рынок международного туризма в России: а) в России въездной туризм преобладает над выездным и внутренним туризмом; б) выездной поток российских граждан за рубеж в несколько раз превосходит въезд иностранных туристов в Россию; в) внутренний туризм в России занимает лидирующее положение по отношению к международному туризму; г) в России въездной турпоток равен выездному.

			Задание 2. Обоснуйте какие методы использования больших данных неприменимы в современной работе туристского агрегатора и объясните почему
	4. Контролирует процесс внедрения изменений, разрабатывает формы и регламенты обслуживания потребителей, проводит оценку эффективности и качества инновационных внедрений в деятельность гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.	Знать: инновационные формы и регламенты обслуживания потребителей; показатели эффективности и качества в деятельность гостиничного предприятия/гостиничного комплекса. Уметь: разрабатывать мероприятия по внедрению изменений, проводить оценку эффективности и качества инновационных внедрения в деятельность гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.	Задание 1. Обоснуйте целесообразность открытия столовой при отеле 4* на озере Байкал Задание 2. Официальными языками ВТО являются (назовите верный вариант): а) английский, французский, итальянский, испанский, немецкий; б) английский, французский, русский, немецкий, арабский; в) французский, испанский, итальянский, немецкий, русский; г) английский, русский, французский, испанский, арабский.
ПКП-4 Способен к взаимодействию с потребителями, партнерами, собственниками бизнеса, а также с другими заинтересованными сторонами, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий, корпоративных	1. Демонстрирует навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами в целях достижения целей стратегического и оперативного управления.	Знать: элементы построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами. Уметь: строить эффективные коммуникации с потребителями, партнерами и собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами в целях достижения целей стратегического и оперативного управления.	Задание 1. Обоснуйте влияние различных классификаций на устойчивость развития средств размещения, находящихся в прибрежной зоне Задание 2. Одна из особенностей турпродукта – неотделимость от источника. Что это означает? а) услуги не могут оказываться через посредников, предоставляются и потребляются одновременно б) зависимость качества от того, кто предоставляет услугу, когда, где и кому в) турпродукт не приобретает овеществленной формы.

стандартов сервиса, регламентов и протоколов обслуживания.			Его невозможно продемонстрировать, увидеть или попробовать до получения. г) невозможность заготовить впрок, «сиюминутность»
2. Владеет навыками разработки и внедрения корпоративных стандартов, регламентов и протоколов обслуживания в деятельность служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.	Знать: корпоративные стандарты, регламенты и протоколы обслуживания в деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса. Уметь: разрабатывать и внедрять корпоративные стандарты, регламенты и протоколы обслуживания в деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.	Задание 1. Приведите примеры социальных программ, развивающих навыки командной работы сотрудников. Какие из них целесообразно применять в индустрии туризма и гостеприимства? Задание 2. К чему ведет упрощение туристских формальностей? а) к увеличению туристских потоков; б) турпоток не зависит от туристских формальностей; в) к увеличению продолжительности турпоездки; г) к уменьшению туристских потоков.	
3. Демонстрирует навыки работы с профессиональным программным обеспечением и CRM-системами, в том числе в целях построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями.	Знать: профессиональное программное обеспечение и CRM-системы, в том числе в целях построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями. Уметь: работать с профессиональным программным обеспечением и CRM-системами, в том числе в целях построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями.	Задание 1. Обоснуйте необходимость совершенствования нормативно-правовой базы в сфере детского туризма Задание 2. Какая из названных международных организаций не регулирует туристскую деятельность? а) НАФТА б) ИКАО в) РСТ г) ЮНЕСКО	

6. Материалы для промежуточной аттестации

6.1 Примерный перечень вопросов для зачета

1. Сущность event- мероприятия, его характеристики.
2. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
3. Этапы планирования event- мероприятия
4. Области использования event- менеджмента

5. Понятие «event- менеджмент» (ЕМ), его основное содержание.
6. Планирование мероприятия: содержание планирования; моделирование процесса, принятие решений.
7. Стратегические факторы, влияющие на успешное проведение мероприятия
8. Маркетинг в event- менеджменте: маркетинг-микс, т.е. система 5P (product=people, price, place, promotion, prediction).
9. Изучение рынка event-мероприятий.
10. Планирование маркетинга
11. Контроль, документирование результатов, менеджмент жалоб и рисков, планирование на случай ЧП
12. Работа с информацией при разработке event-мероприятия
13. Подбор персонала для event-мероприятия
14. Выбор партнеров при разработке event-мероприятия
15. Организация общественного питания и логистика товаров
16. Виды кейтеринга
17. Организация обслуживания своими силами и с привлечением сторонних организаций, составление договора
18. Ассортимент продуктов и напитков, используемых при проведении ЕМ
19. Инфраструктура обеспечения питанием (оснащение, центральный склад, сервис).
20. Хранение продуктов питания.
21. Кейтеринг и формирование цен.
22. Расчет величины залога.
23. Использование на мероприятии наличных денег или талонов.
24. Организация приезда, ночевки, отъезда
25. Контроллинг во время проведения мероприятия
26. Обеспечение экологичности event-мероприятия.
27. Правовые отношения в event- менеджменте.
28. Финансовые риски, эксплуатационные риски, правовые риски. Страхование.
29. Вопросы ответственности: в случае отмены мероприятия, предварительной продажи билетов.
30. Проект-менеджмент: треугольник проекта - результат, ресурсы, сроки.
31. Структурный план проекта.
32. Планирование проекта: планирование времени, ресурсов, затрат и персонала
33. Руководство сотрудниками: работа в команде, мотивация, коммуникация.
34. Техники принятия решений: метод практической ценности и таблица решений.
35. Креативные техники - мозговой штурм и морфологический метод.
36. Вспомогательные средства event-менеджмента: регистратор проекта, протоколы
37. Назовите российских и зарубежных теоретиков событийного менеджмента.
38. В чем отличие мероприятия и события.
39. Как соотносятся друг с другом событийный менеджмент и событийный маркетинг.
40. Приведите примеры российских и зарубежных профессиональных ассоциаций индустрии событий.
41. Назовите текущие тренды в событийном менеджменте.
42. Сколько квадратных метров в среднем должно приходиться на одного человека при выборе площадки.
43. Назовите основные зоны пространства мероприятия.
44. Какие виды организации управления мероприятием вы знаете.
45. Назовите основные элементы сценария мероприятия.
46. Опишите процесс выбора даты мероприятия.

6.2. Пример экзаменационного билета/билета для сдачи зачета

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Ярославский филиал Финуниверситета)**

Кафедра «Менеджмент и общегуманитарные науки»
Дисциплина «Событийный менеджмент и маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства»
Филиал Ярославский Форма обучения очная
Семестр 7 Направление 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Гостиничный бизнес»

БИЛЕТ ДЛЯ СДАЧИ ЗАЧЕТА № 1

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный балл
1	Теоретический вопрос 1.	15 баллов
2	Теоретический вопрос 2.	15 баллов
3	Практико-ориентированное задание.	30 баллов

Подготовил

Фамилия И. О.

Утверждаю:

Заведующий кафедрой
«Менеджмент и
общегуманитарные
науки»

Фамилия И. О.

Дата xx.xx.20xx г.

7. Формы внеаудиторной самостоятельной работы студентов, предусмотренные учебным планом

7.1 Выполнение формы текущего контроля

1. Понятие «мероприятие» и «событие»: сходства и отличия.
2. «Естественные» и «Искусственные» события.
3. Исключительность события.
4. Дизайн места проведения мероприятия. Дизайн сервиса. Гастрономический дизайн. Музыка. Свет.
5. Виды распределения работ (по проектам, по функциям).
6. Временный персонал.
7. Новостной менеджмент как часть процесса управления событием.
8. Типы, критерии и структура новости.
9. Этика и правовые аспекты организации события.
10. Профессиональные отечественные и зарубежные ассоциации индустрии событий (НАОМ, АЕО, АФО, NOEA).
11. Приглашение артистов и VIP-гостей, обеспечение безопасности.
12. Четыре скорости удачного мероприятия (А. Шумович, А. Берлов): интрига, «включение», эмоции, коммуникация.
13. Признание событийного менеджмента как профессии.
14. Событийный франчайзинг.
15. Адаптация событийным менеджментом опыта менеджмента окружающей среды.
16. Увеличение вовлеченности государства в практику организации событий.
17. Типы исследований по результатам проведения события.
18. Оценка символического влияния события (Graham Berridge).
19. Условия, влияющие на выявление критериев оценки мероприятия.
20. Зарубежные методики оценки эффективности мероприятий.

21. Интеграция различных видов маркетинговых коммуникаций.
22. Виды и формы событий. Критерии классификации событий.
23. Краткая история российского event-бизнеса.
24. Виды event-компаний.
25. Нестандартный объект в привычном пространстве. Прямая ассоциация. Выделение аспекта повседневности. Объединение культурных практик. Событийный потенциал бренда.
26. Отличия спонсорства, благотворительности, меценатства.
27. Спонсорство как инструмент бизнеса.
28. Повышение эффективности спонсорства.
29. Повышение узнаваемости – статистика.
30. Паблсити – количество и качество.
31. Эмоциональная реакция участников – анализ отзывов, наблюдение во время события.
32. Обучение, командообразование – навыки и знания, новые ролевые позиции.
33. Индустрия деловых встреч (meetings).
34. Организация поощрительных поездок, мероприятий (incentive).
35. Место Event marketing (событийного маркетинга) в системе маркетинговых коммуникаций.
36. Специфика управления Event-проектами в России (инфраструктура, удаленность, профессионализм исполнителей).
37. Отличие в управлении Event-проектами от управления рекламными кампаниями.
38. Технология организации событий на общенациональном уровне.
39. Специфика работы в различных регионах России по организации событий (Events).
40. Принципы и правила разработки системы оценки события (Event).
41. Новые технологии в разработке PR-событий
42. Новые технологии в разработке HR-событий
43. Новые технологии в разработке спортивных событий
44. Новые технологии в разработке благотворительных и социальных событий
45. Новые технологии в разработке образовательных событий
46. Новые технологии в разработке развлекательных, культурных и массовых (Entertainment).
- Инфраструктура event-мероприятия: место проведения, безопасность, персонал для инфраструктуры
47. Концепция event: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.
48. Event- менеджмент как проект: фазы проекта, виды деятельности в event-менеджменте, управление рисками, цель и прибыль.
49. Сущность контроллинга в event-менеджменте.

7.2. Рекомендуемые источники информации:

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в посл. ред. ФЗ)
2. Федеральный закон от 15 августа 1996 г. № 114-ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» (в посл. ред. ФЗ).
3. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (последняя редакция)
4. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей».
5. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. № 1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц»
6. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 года № 1852 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта»

7. Постановление Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. № 1853 г. Москва «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации»
8. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р г. Москва «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года»
9. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 05 мая 2018 г. № 872-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)»
10. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 50690-2017 «Туристские услуги. Общие требования»
11. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р – 51185 – 2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования для добровольного применения».
12. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 53997-2010 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования»

Основная литература:

13. Минакова, Е. А., Социальная экология : учебное пособие / Е. А. Минакова, Б. И. Кочуров. — Москва : КноРус, 2025. — 287 с. — ISBN 978-5-406-14209-7. — URL: <https://book.ru/book/956766>. — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

14. Региональная экономика и пространственное развитие : учебник для вузов / под общей редакцией Л. Э. Лимонова ; под редакцией Б. С. Жихаревича, О. В. Русецкой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 445 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17626-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560114>.
15. Региональная экономика и экономическая география : учебник для вузов / под общей редакцией Л. Э. Лимонова ; под редакцией Н. Ю. Одинг, О. В. Русецкой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 377 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17629-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560340>.
16. Маркетинг туризма : учебное пособие для обучения студ. вузов по напр. подгот. "Туризм", "Гостиничное дело" / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 224 с. — (Федеральная целевая программа "Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 годы). — Текст : непосредственный. - То же. - ЭБС Лань. — URL: <https://e.lanbook.com/book/152023>. - Текст: электронный.
17. География туризма: учебник для студ. вузов, обуч. по напр. подгот. "Туризм" / под ред. А. Ю. Александровой. - 3-е изд., испр. - Москва: Кнорус, 2010, 2015. - 592 с. — Текст : непосредственный. - (Бакалавриат). - То же. - 2022. - ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/942837>. - Текст : электронный.